



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO
GRÁFICO EMPRESARIAL

Relación entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los
dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la
I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE

Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

AUTOR:

Sergio Edwin Murillo Diaz

ASESOR:

Dr. Miguel Antonio Cornejo Guerrero

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

ARTE VISUAL Y SOCIEDAD: ANÁLISIS Y DESARROLLO DE PROCESOS DE
COMUNICACIÓN VISUAL, EN EL AVANCE DE LA SOCIEDAD
CONTEMPORÁNEA

LIMA - PERÚ

2017

PÁGINA DEL JURADO

PRESIDENTE

Primer Jurado

Miguel Antonio Cornejo Guerrero. Ph. D.

Secretario

Segundo Jurado

Mg. Juan Apaza Quispe.

Vocal

Tercer Jurado

Mg. Roció Lizzett Bernaza Zavala.

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado con mucho cariño a mi mamita Santos que descansa en el cielo y a mi mamá Martha que siempre me apoyaron en cada momento para lograr mis objetivos y por ello valoro los sacrificios que hicieron para brindarme lo mejor, sé que ellas se sienten muy orgullosas de mí como yo de ellas.

AGRADECIMIENTO

A Jehová y a mi mamita Santos por los valores inculcados en mi persona por darme fuerzas desde donde está. A mi mamá Martha por sus consejos y a mi compañera Gloria por su apoyo incondicional y el cariño que me brindo a lo largo de mi carrera profesional. A mis hijos Christopher y Fabio quienes fueron mi motivación constante, por su inacabable paciencia y ánimo constante. A mis profesores que fueron mi apoyo y ampliaron mis conocimientos a lo largo de estos años de estudio de mi carrera universitaria y en la ejecución de mi tesis para mí graduación.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Sergio Edwin Murillo Diaz con DNI N° 10380928, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Arte y Diseño Gráfico Empresarial, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presentan en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 14 de julio del 2017

Sergio Edwin Murillo Diaz

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada: “Relación entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial.

Sergio Edwin Murillo Diaz

ÍNDICE

Resumen	Pag. XII
Abstract	XIII
I INTRODUCCIÓN	
1.1 Realidad Problemática	1
1.2 Trabajos previos	2
1.3 Teorías relacionadas al tema	5
1.4 Formulación del problema	12
1.5 Justificación del estudio	13
1.6 Hipótesis	13
1.7 Objetivos	15
II METODO	
2.1 Diseño de Investigación	17
2.2 Variables, operacionalización	17
2.3 Población y muestra	21
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	22
2.5 Métodos de análisis de Datos	26
2.6 Aspecto éticos	43
III RESULTADOS	44
IV DISCUSIÓN	50
V CONCLUSIONES	55
VI RECOMENDACIONES	57
VII REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	58

	Pag.
ANEXOS	
Anexo N° 1 Aspectos Administrativos	64
Anexo N° 2 Cronograma de ejecución de proyecto.	65
Anexo N° 03 Matriz de consistencia	66
Anexo N° 04 Modelo de encuesta	67
Anexo N° 05 Tabla de Evaluación de expertos 01	68
Anexo N° 06 Tabla de Evaluación de expertos 02	69
Anexo N° 07 Tabla de Evaluación de expertos 03	70
Anexo N° 08 Carta de permiso a I.E San Juan de SJM.	71
Anexo N° 09 Análisis de fiabilidad - Alfa de Cronbach	72
Anexo N° 10 Tabla de Distribución de datos en el SPSS	74
Anexo N° 11 Fotografías - Evidencia de encuesta	82
Anexo N° 12 Relación de colores aplicados	84
Anexo N° 13 Tipografía aplicada en el diseño del folleto	85
Anexo N° 14 Muestra de bocetos del dibujo	86
Anexo N° 15 Muestra de diseño folleto (lado adverso)	87
Anexo N° 16 Muestra de diseño folleto (lado reverso)	88
Anexo N° 17 Muestra de folleto plegado 1	89
Anexo N° 18 Muestra de folleto plegado 2	90
Anexo N° 19 Muestra de folleto plegado 3	91
Anexo N° 20 Muestra de folleto plegado 4	92

ÍNDICE DE TABLAS

	Pag.
Tabla N° 01 Ordenamiento de variables.	17
Tabla N° 02 Variable 1.	19
Tabla N° 03 Variable 2.	20

	Pag.
Tabla N° 04 Evaluación de expertos.	23
Tabla N° 05 Prueba Binomial.	24
Tabla N° 06 Resumen de procedimiento de casos.	25
Tabla N° 07 Estadísticos de fiabilidad.	25
Tabla N° 08 Frecuencia de variable Diseño de un folleto, D1-Forma.	27
Tabla N° 09 Frecuencia de variable Diseño de un folleto, D1-Contraste.	27
Tabla N° 10 Frecuencia de variable Diseño de un folleto, D1-Tipografía.	28
Tabla N° 11 Frecuencia de variable Diseño de un folleto, D1-Color.	28
Tabla N° 12 Frecuencia de variable Diseño de un folleto, D2-Estructura.	29
Tabla N° 13 Frecuencia de variable Diseño de un folleto, D2-Formato.	29
Tabla N° 14 Frecuencia de variable Diseño de un folleto, D2-Lenguaje.	30
Tabla N° 15 Frecuencia de variable Diseño de un folleto, D2-Plegado.	30
Tabla N° 16 Frecuencia de variable Concientización, D3-Sensibilización.	31
Tabla N° 17 Frecuencia de variable Concientización, D3-Motivación.	31
Tabla N° 18 Frecuencia de variable Concientización, D3-Aprendizaje.	32
Tabla N° 19 Frecuencia de variable Concientización, D3-Toma de Decisiones.	32
Tabla N° 20 Frecuencia de variable Concientización, D4-Conciencia Individual.	33
Tabla N° 21 Frecuencia de variable Concientización, D4-Conciencia Social.	33
Tabla N° 22 Frecuencia de variable Concientización, D4-Conciencia Emocional.	34
Tabla N° 23 Frecuencia de variable Concientización, D4-Conciencia Moral.	34

	Pag.
Tabla N° 24 Prueba de normalidad de las variables: Diseño de un folleto y concientización.	35
Tabla N° 25 Correlación de variables: Diseño de un folleto y concientización.	36
Tabla N° 26 Prueba de normalidad de las dimensiones: Elementos Visuales del Diseño y las etapas del proceso de Concientización.	37
Tabla N° 27 Correlación de dimensiones: Elementos visuales del diseño y las Etapas del proceso de concientización.	38
Tabla N° 28 Prueba de normalidad de las dimensiones: Elementos visuales del diseño y los Tipos de conciencia.	39
Tabla N° 29 Correlación de dimensiones: Elementos visuales del diseño y los Tipos de conciencia.	39
Tabla N° 30 Prueba de normalidad de las dimensiones: Características del folleto y las Etapas del proceso de Concientización.	40
Tabla N° 31 Correlación de dimensiones: Características del folleto y las Etapas del proceso de concientización	41
Tabla N° 32 Prueba de normalidad de las dimensiones: Características del folleto y los Tipos de conciencia.	42
Tabla N° 33 Correlación de dimensiones: Características del folleto y los Tipos de conciencia	42
Tabla N° 34 Descripción de gastos del Proyecto de Investigación	64
Tabla N° 35 Cronograma de ejecución del Proyecto de Investigación	65

X

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pag
Gráfico N° 01 D1-Forma	44
Gráfico N° 02 D1-Color	45
Gráfico N° 03 D2-Plegado	46
Gráfico N° 04 D3-Motivación	47
Gráfico N° 05 D3-Aprendizaje	48
Gráfico N° 06 D4-Conciencia Social	49

RESUMEN

En esta investigación tiene como propósito comprobar la relación entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

Durante la ejecución de este proyecto se trabajaron con la variable independiente diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la variable dependiente concientización en los alumnos de secundaria. El ejemplo de estudio de esta investigación es no experimental, diseño de investigación cuantitativo, transaccional, correlacional. La población es finita y está comprendida por los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan de la jurisdicción de San Juan de Miraflores, Lima. La muestra está representada por 292 alumnos con un nivel de confianza del 95%. El muestreo aplicado es el probabilístico, aleatorio simple y se ejecutó la técnica de encuesta, cuyo instrumento fue un cuestionario de 16 preguntas cerradas en escala de Likert dirigido a los alumnos de secundaria I.E. San Juan. Cabe indicar que los datos recolectados fueron ingresados al software IBM SPSS Statistics, versión 21, en el cual se realizó el análisis descriptivo, indicando así mismo el resultado del coeficiente de confiabilidad alfa de Cronbach 0,882, afirmándose que el instrumento es válido.

Igualmente, se efectuó la contrastación de hipótesis, mediante el cual se estableció que existe una correlación afirmativa entre las variables y dimensiones, mediante el cual se admite la hipótesis de investigación donde se determina que si precede la relación a través del Diseño de un folleto sobre el uso responsable de dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

Palabra clave: Diseño, folleto, Dispositivos Móviles, concientización.

ABSTRACT

This research aims to verify the relationship between the design of a brochure on the responsible use of mobile devices and the awareness in secondary students of the I.E. San Juan of the district of San Juan of Miraflores, Lima-2017.

During the execution of this project we worked with the independent variable design of a booklet on responsible use of mobile devices and dependent variable awareness in high school students. The study example of this research is non-experimental, quantitative, transactional, correlational research design. The population is finite and is comprised of the secondary students of the I.E. San Juan of the jurisdiction of San Juan of Miraflores, Lima. The sample is represented by 292 students with a confidence level of 95%. The applied sampling was the probabilistic, simple random and the survey technique was executed, whose instrument was a questionnaire of 16 questions closed in scale of Likert directed to the pupils of secondary I.E. San Juan. It should be noted that the data collected were entered into the IBM SPSS Statistics, version 21 software, in which the descriptive analysis was performed, also indicating the result of the Cronbach alpha reliability coefficient 0.882, stating that the instrument is valid.

Likewise, the hypothesis testing was carried out, whereby it was established that there is an affirmative correlation between the variables and dimensions, which is why the research hypothesis is accepted in which it is determined that if it precedes the relation through the Design of a Brochure on the responsible use of mobile devices and awareness in I.E. secondary students San Juan of the district of San Juan of Miraflores, Lima-2017.

Key Words: Desing, brochure, Mobile Devices, awareness

I INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática:

Cada vez son más los estudiantes de secundaria que portan un dispositivo móvil y hacen un mal uso de ellos, pasan muchas horas jugando o conversando con su dispositivo móvil ya sea en horas de clase o en el hogar y como consecuencia de ello se forman islas en el seno familiar, así como también muchos de ellos al prestar mayor atención al celular se distraen y no observan lo que sucede a su alrededor restándole importancia y como resultado de ello son partícipes de los accidentes.

Hasta el año 2015 en el mundo existían aproximadamente 256 millones de tabletas, la tasa de crecimiento anual es de 23.9% y los Smartphone bordeaban los 2 mil millones siendo su incremento anual de 3.1% cada año. (Peru21, 2015, parr.1). En nuestro país el uso de dispositivos móviles se ha incrementado siendo los más utilizados en primer lugar el Smartphone, la Tablet, laptops y en último lugar las consolas de videojuegos portátiles.

Estas herramientas tecnológicas nos permiten ejecutar diversas actividades como navegar en internet y redes sociales, capturar y tomar fotografías, enviar y recibir mensajes, chatear, escuchar música y juegos online; convirtiéndose en una necesidad primordial. Sin embargo, el problema es la abundante publicidad que brindan las empresas de telefonía móvil mediante los medios de comunicación ofertando la venta de dispositivos móviles induciendo al público a comprar sus productos. Pero en sus anuncios publicitarios solo muestran el producto, sus especificaciones y cualidades mas no advierten al usuario a evitar el uso indebido de ellas y las consecuencias que pueden ocasionar. Visto de esta forma esta investigación elaborara un folleto para informar y concientizar a los alumnos sobre el uso responsable de los dispositivos móviles.

Por consiguiente, esta investigación procura determinar la relación entre el diseño de un folleto con la finalidad de difundir información sobre el uso responsable de los

dispositivos móviles y concientizar a los alumnos de secundaria del Centro Base San Juan.

Esta investigación busca definir si los elementos visuales aplicados en el folleto atraen la atención; es por eso que se quiere objetar ¿Qué relación existe entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017?

Finalmente, esta investigación es viable, ya que se dispone de los medios: financieros y materiales necesarios para su realización, se cuenta con la disposición de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores para realizar el estudio.

1.2 Trabajos previos

A través de investigaciones elaboradas por distintos autores acerca del diseño de un folleto con argumentos vinculados a la concientización, se muestran algunos hallazgos relevantes y estos son:

Lidioma y Jácome (2015) denominan su investigación “Elaboración de un Folleto infográfico que involucre el estudio semiótico del danzante de Pujilí para utilidad del G.A.D. Municipal en el periodo 2013”, tesis para lograr el grado de ingeniero en Diseño Gráfico computarizado en la Universidad Técnica de Cotopaxi – Ecuador. La mencionada tesis tiene como objetivo elaborar un folleto infográfico del estudio semiótico del danzante de Pujilí para beneficio del GAD. Municipal, tipo de investigación de campo y descriptivo, aplico el método descriptivo, inductivo y científico. Utilizo un enfoque mixto ya que aplico las técnicas de investigación como la encuesta, la observación y la entrevista teniendo como población a 238 trabajadores cuya muestra está conformada por 50 personas. Las conclusiones más relevantes de los autores son de que el folleto infográfico propuesto por ellos, causó una buena impresión en las personas conocedoras del tema de los danzantes de Pujilí, dicha herramienta grafica permitirá conocer y revelar más sobre esta cultura de los

danzantes de Pujilí. La excelente distribución de las imágenes y texto facilita la comprensión, ya que la información es auténtica y se sustenta en las versiones expuestas por personas entendidas en el tema. La población es consciente de la falta de difusión sobre los danzantes de Pujilí que son considerados como iconos de su pueblo.

Caiza y Chicaiza (2016) para conseguir el grado de ingeniero en diseño gráfico computarizado en la Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga-Ecuador, realizaron la tesis titulada “Diseño de un folleto fotográfico e ilustrado basado en la diagramación editorial, acerca de la historia, vida y tradiciones de los Chagras del Cantón Mejía, provincia de Pichincha, como medio de promoción turística, en el periodo 2015”. La tesis en mención tiene como objetivo diseñar un folleto fotográfico concerniente a los chagras del cantón Mejía, utilizando el diseño editorial, para estimular al turista y por este medio dar a conocer sobre su vida, su historia y sus tradiciones. Los autores en su tesis utilizaron tipo de investigación de campo, explicativo y descriptivo, aplico el diseño metodológico descriptivo, inductivo y científico. Utilizo un enfoque mixto ya que aplico las técnicas de investigación como la entrevista, la encuesta y la observación que contiene 10 preguntas con opciones de respuestas dicotómicas. Su población está formada por 110 pobladores y su muestra es de 65. En las conclusiones los autores ostentan que la elaboración de un folleto fotográfico e ilustrado genero impacto en la población encuestada, la información contenida en el folleto en mención a la historia de los Chagras fortaleció su identidad cultural.

Llango y Andi (2016) para alcanzar el título de ingeniero en diseño gráfico computarizado en la Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga - Ecuador, realizaron la tesis titulada “Diseño y elaboración de un folleto fotográfico de los artesanos de la parroquia la Victoria, perteneciente a Cantón Pujilí provincia de Cotopaxi periodo 2016”. Cabe mencionar que la tesis tiene como objetivo esbozar un folleto fotográfico sobre la labor artesanal de la iglesia la Victoria con la finalidad de reemplazar las necesidades de orden publicitario para fomentar la comercialización de los trabajos, los autores aplicaron el tipo de investigación de campo y descriptivo, un

enfoque cualitativo-cuantitativo, asimismo utilizo la técnica de la entrevista y la encuesta conformada por 10 preguntas con opciones de respuestas dicotómicas. Su población está formada por 126 artesanos de la iglesia la Victoria del Cantón Pujilí, cuya muestra es de 56. Los referidos autores concluyen manifestando que la ejecución de un folleto fotográfico es muy necesario para la difusión de la artesanía de la parroquia la Victoria, ya que a través de ella proveen información y guían a los turistas sobre la calidad y variedad de su artesanía y a la vez promocionan la venta de sus productos, el folleto fotográfico sería de gran beneficio no solo para los artesanos sino también para todas las comunidades cercanas a la parroquia la Victoria del Cantón Pujilí.

Jiménez (2016) para conseguir el título de ingeniero en publicidad en ciencias sociales y derecho elaboro la siguiente tesis “Análisis de campañas publicitarias sobre el cáncer de mama y su impacto en las mujeres entre los 40 y 59 años de edad en la Coop. 4 de marzo de la ciudad de Guayaquil para la prevención y concientización de la enfermedad” en el año lectivo 2016, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil-Ecuador, teniendo como objetivo general evaluar el impacto de la campaña publicitaria “Tócate” sobre el cáncer de mama en mujeres de la Cooperativa 04 de marzo de la ciudad de Guayaquil. La mencionada investigación es tipo aplicada - exploratoria, el enfoque de la investigación es cualitativo-cuantitativo, utilizo las técnicas de la entrevista y encuesta, su población es infinita y está conformada por 121 mujeres que residen en la Coop. 04 de marzo de la localidad de Guayaquil. En sus conclusiones determina que la comunicación es una herramienta importante para expresar una idea, el contenido expresado en el material impreso elaborado para la campaña publicitaria sobre la prevención del cáncer de mama, fue aceptado por las mujeres de la Cooperativa 04 de marzo de la localidad de Guayaquil, ya que en el instructivo que muestra el paso a paso de cómo prevenir y realizarse un auto examen de mama, esto ha sido beneficioso para ellas y la información también es transmitida a sus familiares y amigos.

Carrasco y La Rosa (2013) para adquirir el título de Licenciado en educación con especialidad en educación inicial que exponen los bachilleres en la Pontificia Universidad Católica del Perú, llevaron a cabo el estudio denominado “Conciencia ambiental: Una propuesta Integral para el trabajo docente en el segundo ciclo del nivel inicial”. Esta tesis tiene como objetivo principal reconocer las sapiencias de conciencia ambiental en educadores del segundo ciclo de nivel inicial y crear una proposición de trabajo de conciencia ambiental, se sustentó en un estudio previo de tipo descriptiva-propositiva. Los autores utilizaron como instrumento la técnica de la encuesta y el cuestionario, su población está establecida por educadores que laboran en el II ciclo, del nivel Inicial de Educación Básica regular, en centros de Educación Inicial del sector privado y público, de siete distritos Lima-Metropolitana: San Miguel San Isidro, San Martín de Porres, Carabayllo, Lima-Cercado, Surco y La Victoria y su ejemplar está conformada por 20 docentes. Tiene como conclusión que la información difundida para estimular los buenos hábitos es una excelente estrategia; en los niños promueve el compromiso con el medio ambiente, asimismo los docentes de las distintas instituciones educativas reconocen la importancia del medio ambiente sin embargo no conocen la forma de aplicar la educación ambiental en los niños, por lo que es necesario realizar capacitaciones a los docentes para que se logre enseñar correctamente sobre educación ambiental. Las actividades realizadas sobre la concientización del medio ambiente con los niños los involucran y generan en ellos una conciencia ambiental.

1.3 Teorías relacionadas al tema

En esta investigación se van a considerar dos aspectos fundamentales que son: el Diseño de un folleto sobre el uso responsable de dispositivos móviles y la concientización, el primer aspecto se respalda en la definición de los autores Wong, López, Frascara y Greenbaum. En el segundo aspecto los autores que hacen referencia al segundo aspecto concientización son Freyre, Alarcón 2013 y Villalobos.

En relación al primer aspecto cuando nos referimos al Diseño, Wong (1995, p.41) manifiesta que es una creación visual, es decir, una señal de expresión visual que se emite a través de un mensaje o de la elaboración de un producto. El autor López (2009) dice que el diseño es una herramienta de creatividad que sirve para resolver problemas y manifestarlos como algo nuevo, instrumento que es necesario para las empresas cuando requiere renovarse (p.19). Mientras que el autor Frascara (2006) no indica que diseñar se refiere a todo un proceso en haciendo uso de nuestro conocimiento donde además hacemos uso de varios elementos humanos, técnicos, textuales y visuales con la finalidad de crear un producto que llame la atención (p.23).

A partir del primer aspecto de esta investigación se desprende dos subtemas importantes que son: los elementos visuales del diseño y las características del folleto, según lo manifestado por Frascara (2006, p.105-106) nos dice los elementos visuales están conformados por la imagen y la tipografía además de la forma como están relacionados y constituidos dentro de una composición. Así mismo manifiesta que una estructura visual tiene componentes visuales como el color, textura y forma compuestos por líneas, puntos y superficies que en conjunto dan una idea total del diseño. Mientras que Wong (1995) menciona que los elementos visuales son partes de todo un diseño y se relacionan entre sí para dar origen a lo que vemos (p.42).

Continuando con los elementos visuales que conforman el diseño según Wong (1995) revela que la forma es aquello que se puede ver y que de alguna manera podemos identificar en nuestra percepción, tales como un punto, una línea o un plano donde además se puede apreciar su tamaño, color o textura (p.45). Otro autor como Munari (1989) nos dice que existen dos tipos de formas: las formas geométricas que conocemos como el cuadrado, triángulo, círculo, rectángulo, etc., que son compuestas por líneas y planos y las formas orgánicas refiriéndose a todos los objetos o expresiones naturales que podemos ver como un árbol, una botella, un rayo, etc., que pueden tener, color, tamaño y textura (p.127). Por otro lado, la forma debe entenderse cuando es observado, es decir debemos crear algo que llame la atención y que pueda

entenderse su significado por el público observador. La forma está representada por: líneas, texturas, figuras, palabras e imágenes (Samara, 2008, p.32).

En cuanto al segundo elemento el autor Wong (1995) nos dice que el contraste siempre está presente en un diseño, aunque no siempre se puede ver con facilidad, pero cuando las formas se encuentran en un espacio en blanco es más fácil observarlas, ya que el contraste se puede manifestar de diferentes formas, cuando una de ellas es más grande que la otra, o porque se encuentran direccionadas en sentido contrario (p.105). También podemos decir que el contraste es una estrategia visual que permite descubrir el significado, muy aparte de llamar la atención del espectador también puede generar emociones lo cual lo hace más significativo (Dondis, 1989, p.114).

En el tercer elemento la Tipografía se manifiesta a través de una idea escrita y esta a su vez en una forma visual. La elección correcta de los miles de formas visuales (familias tipográficas) que se use para expresar la idea escrita, será quien estimule el interés del lector (Ambrose y Harris, 2004, p.57). El autor Ruano (2016) explica que la Tipografía es una técnica de transcribir la comunicación a través de la palabra impresa, estas palabras deben ser comunicadas con habilidad, eficacia y distinción (p.35). La autora Cheng (2006) menciona que una expresión visual del lenguaje es tipografía. Es fundamental al momento de transformar los caracteres individuales en frases y las frases en mensajes (p.7).

Respecto al cuarto elemento la autora Bustos (2012) indica que el color no existe, el color es una estimulación producida por el ojo en respuesta a la luz que está compuesta por un espectro llamado luz blanca, esta luz se refleja en los objetos (p.14). Los autores Moore, Pearce y Applebaum (2010) dicen que el color es una percepción de la vista que proviene de los rayos de la luz, por esta razón podemos observar todo lo que nos rodean y apreciar los colores que desprenden los objetos que destellan la luz que reciben (p.8). Mientras que la autora García (2012) manifiesta el color emana de la luz del sol, todo objeto retiene, dispersa y resplandece una determinada cantidad de luz que recibe, lo cual es captado por nuestro cerebro y vista (p.29).

Continuando con el siguiente subtema acerca de las características del folleto el autor Greenbaum (1991) explica que el folleto es un instrumento impreso, que tiene diversas longitudes o formatos, donde se brinda información general de un producto con la finalidad de alentar al cliente y obtener una decisión de compra (p.127). El folleto es un papel impreso breve que regularmente contiene una hoja doblada destacando información relevante de un producto o servicio de forma visual con la finalidad de captar y llamar la atención de los clientes (Arenal, 2016, p.93). Asimismo, el autor López (2010) nos dice que los folletos representan a los productos o servicios de manera precisa enfatizando las virtudes y características de sus ofertas cuyo formato puede variar según la necesidad del producto (p.212).

Con respecto a la primera característica del folleto el autor Uría, et al (2007) manifiesta que para que un folleto sea objetivo en su información, no interesa la cantidad de información que contiene, si no como es su estructura, si su contenido está bien distribuido, que permita analizar y comprender con facilidad al cliente y genere una acción sobre el producto (p.544).

En la segunda característica según autor Puig (1995) dice que el Formato viene a ser las longitudes o proporciones en dirección vertical u horizontal de una determinado Libro, publicación o papel (p.76). Mientras que el autor Higston (2002) dice que el Tamaño (formato) dependerá según la cantidad de páginas del impreso y las dimensiones que tendrá el papel con relación a la información que se quiere comunicar en el impreso (p.108). Por otro lado, los autores Ambrose y Harris (2004,) dice que el formato es el volumen o forma del producto concluido, ya sea un folleto, revista, libro o envase (p.9).

La tercera característica del folleto, Graham (1991) declara que el folleto no se vende por sí solo, el mensaje que expresa el folleto genera una idea en la mente del cliente, si crea una buena impresión y llama su atención y puede originar una venta (p.62). La autora Vértice (2011) nos dice que un folleto debe comunicar el mensaje a los clientes de manera peculiar y sin complicaciones (p.187).

La cuarta característica del folleto los autores Bussarakampakom et al. (2012) afirman que el Plegado, se refiere al efecto de doblar el papel según el formato requerido, pueden realizarse de dos maneras en paralelo y en cruz. El plegado en paralelo es siempre es utilizado en dípticos y trípticos, además se pueden dividir según la cantidad de sus dobleces en sencillos dobles y triples (p.84).

El segundo aspecto de la investigación se enfoca en la concientización, donde el autor Freire (2004) indica que la concientización se refiere a que la persona se reconoce como un ser autónomo y es capaz de interactuar con otros seres humanos y su entorno (p.38-39). Concientizar es una expresión que se utiliza en animación sociocultural, pedagogía y trabajo social para denominar una peculiaridad operacional de participación colectiva con el objetivo de hacer entender acerca del amor propio de la persona humana. Concientizar es mucho más que manifestar e impulsar a revelar el significado y valor del ser humano; esto es solo el punto de partida. Concientizar conlleva a que el individuo se sitúe, de alguna forma, como agente activo de su inclusión en la sociedad y en la naturaleza; mediante esta inclusión encuentra motivación y el estímulo para vivir en la sociedad como persona de construcción en el mundo (Ander, 2008, p.26).

Del segundo aspecto se desprenden el primer subtema que son las etapas del proceso de concientización el autor Villalobos (2000) nos señala que la concientización se produce a través del aprendizaje compuesta por diferentes fases como la motivación, la sensibilización y la toma de decisiones del cual hacemos uso para afrontar nuestra vida en la práctica diaria, ser consciente con uno mismo y con la sociedad, con las personas que nos rodean, proporcionando un buen ejemplo de cómo se puede producir un progreso moral (p.21).

Con respecto a la primera etapa de concientización el autor Alarcón (2013) afirma que sensibilización es tener un gran compromiso con la sociedad, aspirar a mejorar la sociedad con sus buenos actos y tener una actitud firme frente a cualquier problema que podemos enfrentar (p.59-60). El autor Núñez (2013) nos dice que sensibilizar es

el desarrollar nuestra capacidad de sentir. Concebir a que un individuo preste importancia o valore una cosa, es decir que preste atención a lo que se le dice. (p.176).

Respecto a la segunda etapa del proceso de concientización los autores Beltrán y Pérez (2000) hablan que la motivación no es algo tan fácil, sino complicado, y para qué haya uno se sienta motivado tiene que darse un conjunto de procesos, es decir sentirse activo con ganas de hacer las cosas, tener una razón o causa, hacia dónde va orientado y como consecuencia de la perseverancia se logra una satisfacción (p.32). Para la autora Abarca (1995) refiere que la motivación es también una expresión social y que responde a la interacción que tiene el individuo con su sociedad, familia, trabajo, colegio, universidad, es decir la relación que tiene el sujeto con todo aquello que lo rodea y que lo impulsan a realizar alguna acción (p.4).

La tercera etapa del proceso de concientización según la autora Abarca (1995) afirman que el aprendizaje nos permite solucionar inconvenientes e indagar varias respuestas paralelamente. Por otro lado, también nos dice que aprender es saber, y el saber nos facilita comprender cualquier problema, social matemático, histórico, etc. (p.103). Mientras que el autor Rivas (2008) dice que el aprendizaje se manifiesta en la persona desde su nacimiento hasta el final de su vida lo que le permite obtener conocimientos y diversas maneras de conducta, cualquier acción artística, social deportiva, human que realice el hombre, involucra aprendizaje (p.21).

La cuarta etapa del proceso de concientización el autor Alarcón (2013) dice que Toma de decisión, es lo más importante en la planificación de proyectos de vida, como consecuencia de nuestras propias decisiones debemos ser consecuentes de los resultados de nuestros actos (p.188). Los autores Gabucio et al. (2005) menciona que la toma de decisiones es una actividad común y frecuente que puede suceder en cualquier momento o de forma automática. Las decisiones automáticas son firmes y determinantes, mientras que las decisiones menos automáticas o que requieren mayor análisis y atención porque nos generan dudas son aquellas que generalmente nos pueden presentar consecuencias diferentes con cierto nivel de riesgo (p.225).

A continuación del segundo subtema se refiere a los tipos de conciencia donde el autor González (2008) afirma que la conciencia es el saber que somos uno mismo y diferente a los demás, saber que existimos, tener conocimiento de lo que nos rodea y existe, saber distinguir lo bueno y malo haciendo uso de nuestra razón (p.17-18). Por lo que consideramos manifestar los siguientes tipos de conciencia:

Con respecto conciencia personal o individual la autora González-Garza (1995) dice que el enfoque humanista plantea, refiriéndose a que el individuo debe empezar por conocerse desde su interior. Cabe indicar que este conocimiento se refiere a la parte externa, es decir, todo lo que lo rodea, familia, situaciones, cosas, trabajo, característica entre otros; junto a su yo interno, emociones, afectos, ideas y vivencias propias (p.47).

Asimismo, conciencia social según Berdichewsky (2002) está conformada por términos psicológicos sociales, costumbres y formas culturales; así como también por el espíritu y pensamiento. Ambas se relacionan entre sí y dependen una del otro, ya que son propias de la vida social del hombre y su conocimiento (p.273).

Podemos manifestar que conciencia emocional descrito por el autor Renom (2012) es la reacción rápida que tenemos para identificar como nos sentimos emocionalmente y actuar de forma correcta ante una eventualidad (p.31). La conciencia emocional es el modo de reconocer con facilidad nuestras propias emociones y sentimientos, así como la de los demás, esto también nos facilitara identificar la situación emocional en una determinada situación (Bisquerra,2016, p.59).

Y por último el autor Vargas (2009) manifiesta que la Conciencia moral se refiere a la reacción natural que genera nuestra personalidad con respecto a la conducta y nuestras costumbres, es decir nuestro uso de razón nos permite distinguir o juzgar lo que es bueno y lo que es malo (p.110-111).

1.4 Formulación del problema

Problema General

¿Qué relación existe entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I. E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017?

Problemas Específicos

1. ¿Qué relación existe entre los elementos visuales del diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I. E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017?
2. ¿Qué relación existe entre los elementos visuales del diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I. E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017?
3. ¿Qué relación existe entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I. E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017?
4. ¿Qué relación existe entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I. E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017?

1.5 Justificación del estudio

Para la mayoría alumnos de secundaria de la I.E. San Juan es muy común observarlos y ver que la mayor parte de su atención está centrada en el uso de un dispositivo móvil, por lo que esta investigación busca instruir y prevenir los alumnos de secundaria y a la sociedad con respecto al mal uso de dispositivos móviles, empezando por crear conciencia en los centros educativos de nivel secundario y que los alumnos aprendan a hacer un uso responsable de los mismos.

Por tal razón, para ayudar a disminuir la problemática social que afecta la interacción entre padres e hijos y a la vez mejorar las relaciones familiares como también reducir la falta de concentración en las aulas de la I.E. San Juan. Ante este dilema esta investigación ha creído conveniente ejecutar el diseño de un folleto para que establezca conciencia en los alumnos de secundaria respecto al uso responsable de dispositivos móviles.

Para tal fin mediante el Diseño Gráfico se procederá a elaborar un folleto sobre el uso responsable de dispositivos móviles que permita concientizar a los alumnos de secundaria, de esta manera se estaría sumando un reconocimiento a la carrera de Diseño Gráfico como herramienta de apoyo y lenguaje exponiendo nuevas formas de comunicación visual los cuales pueden ser útiles ante un problema social.

1.6 Hipótesis

El autor Hernández (2010, p.113) menciona que las hipótesis son propuestas o experimentos de las relaciones entre dos o más variables, cuya diferenciación pueden ser medidas, perceptibles o deducidas, aparecen generalmente del planteamiento del problema y la teoría.

- **Hipótesis general**

H₁ Existe relación significativa entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de

secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

H₀ No existe relación significativa entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

- **Hipótesis específicas**

H₁ Existe relación significativa existe entre los elementos visuales del diseño del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

H₀ No existe relación significativa existe entre los elementos visuales del diseño del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

H₂ Existe relación significativa existe entre los elementos visuales del diseño del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I. E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

H₀ No existe relación significativa existe entre los elementos visuales del diseño del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

H₃ Existe relación significativa existe entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

H₀ No existe relación significativa existe entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

H₄ Existe relación significativa existe entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

H₀ No existe relación significativa existe entre las características del folleto sobre el uso responsable de dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

1.7 Objetivos

Objetivo General

Determinar la relación que existe entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

Objetivos Específicos

1. Determinar la relación que existe entre los elementos visuales del diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del

proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

2. Determinar la relación que existe entre los elementos visuales del diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.
3. Determinar la relación que existe entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.
4. Determinar la relación que existe entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

II MÉTODO

2.1 Diseño de investigación:

En el actual trabajo de investigación se aplicó un estudio No experimental y Transversal o Transeccional. Tal como dice los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.152) en una investigación No experimental no existe manipulación premeditada de las variables de estudio, cabe precisar que el fenómeno a investigar será examinado en su propio entorno para luego ser analizadas. Del mismo modo es aplicada, dado que está dirigido y atribuido a los conocimientos para determinar la relación entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria del Centro Base San Juan y Transversal porque se obtendrán los datos en un solo instante y tiempo único.

La investigación se caracteriza por ser una investigación de nivel correlacional porque manifiesta la relación que existe entre las variables de estudio según los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.89).

2.2 Variables, Operacionalización

Esta investigación dispone de dos variables, acorde a su entorno ambas son variables cualitativas, debido a que sus componentes de estudio no se pueden enunciados numéricamente (Álvarez, 2007, p.16).

Tabla N° 01 Ordenamiento de variables

TIPOS DE VARIABLE	SEGÚN SU NATURALEZA	SEGÚN SU IMPÓRTANCIA
Diseño de un folleto sobre el uso responsable de dispositivos móviles	Cualitativa - Nominal	Variable X
Concientización	Cualitativa - Nominal	Variable Y

Fuente: Elaboración propia

➤ Operacionalización

Variable X: Diseño de un folleto sobre el uso responsable de los Dispositivos móviles

López (2009) el diseño es una herramienta de creatividad que sirve para resolver problemas y manifestarlos como algo nuevo, instrumento que es necesario para las empresas cuando requiere renovarse (p.19). Mientras que Greenbaum (1991) explica que el folleto es un instrumento impreso, que tiene diversas longitudes o formatos, donde se brinda información general de un producto con la finalidad de alentar al cliente y obtener una decisión de compra (p.127).

Variable Y: Concientización

El Freire (2004) indica que la concientización se refiere a que la persona se reconoce como un ser autónomo y es capaz de interactuar con otros seres humanos y su entorno (p.38-39). Concientizar es una expresión que se utiliza en animación sociocultural, pedagogía y trabajo social para denominar una peculiaridad operacional de participación colectiva con el objetivo de hacer entender acerca del amor propio de la persona humana. (Ander, 2008, p.26).

a) Matriz de Operacionalización de la Variable X: Diseño de un Folleto

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE VALORACIÓN 1 2 3 4 5
<p>Diseño; según López (2009) el diseño es una herramienta de creatividad que sirve para resolver problemas y manifestarlos como algo nuevo, instrumento que es necesario para las empresas cuando requiere renovarse (p.19).</p> <p>Folleto: Greenbaum (1991) explica que el folleto es un instrumento impreso, que tiene diversas longitudes o formatos, donde se brinda información general de un producto con la finalidad de alentar al cliente y obtener una decisión de compra (p.127).</p>	<p>El diseño de un folleto es la elaboración de un esbozo y/o dibujo sobre un material que se va a imprimir donde se intenta percibir la atención de la persona a través de su contenido grafico e información. En esta ocasión el folleto mostrara información sobre el uso responsable de los dispositivos móviles.</p>	Elementos Visuales del Diseño Frascara (2006), Wong (1995).	Forma Wong (1995), Munari (1989), (Samara, 2008)	1 ¿La forma como está diseñado el folleto capta tu interés en seguir mirando el contenido?	Nada Casi Nada Algunas Veces Casi Siempre Siempre
			Contraste Wong (1995), (Dondis, 1989)	2 ¿El contraste de los colores usado en el diseño del folleto te permite comprender la información?	Nada Casi Nada Algunas Veces Casi Siempre Siempre
			Tipografía Ambrose y Harris (2003), Ruano (2016), Cheng (2006).	3 ¿El color y tamaño de letra del folleto te permite leer y comprender con facilidad la información?	Nada Casi Nada Algunas Veces Casi Siempre Siempre
			Color Bustos (2012), Moore, Pearce y Applebaum (2010), García (2012).	4 ¿los colores usados en el folleto impreso son atractivos y te permiten entender con facilidad su contenido?	Nada Casi Nada Algunas Veces Casi Siempre Siempre
		Características del Folleto (Greenbaum 1991), (Arenal, 2016) López (2010)	Estructura Uria (2007).	5 ¿Al observar el folleto, se entiende el orden de su contenido?	Nada Casi Nada Algunas Veces Casi Siempre Siempre
			Formato Puig (1995), Higston (2012), Ambrose y Harris (2002).	6 ¿El tamaño del folleto te permite leer con facilidad la información sobre el uso responsable de los dispositivos móviles?	Nada Casi Nada Algunas Veces Casi Siempre Siempre
			El Mensaje Graham (1992, Vértice (2011).	7 ¿Entiendes con claridad la información que muestra el folleto con respecto al uso responsable de dispositivos móviles?	Nada Casi Nada Algunas Veces Casi Siempre Siempre
			Plegado Bussarakampakom et al. (2012).	8 ¿La elaboración del folleto a través del doblez de papel capta tu atención con facilidad?	Nada Casi Nada Algunas Veces Casi Siempre Siempre

Tabla N° 02 Variable X

b) Matriz de Operacionalización de la Variable Y: Concientización

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE VALORACIÓN 5 4 3 2 1
Concientización: Freire (2004) indica que la concientización se refiere a que la persona se reconoce como un ser autónomo y es capaz de interactuar con otros seres humanos y su entorno (p.38-39). Concientizar es una expresión que se utiliza en animación sociocultural, pedagogía y trabajo social para denominar una peculiaridad operacional de participación colectiva con el objetivo de hacer entender acerca del amor propio de la persona humana. (Ander, 2008, p.26).	Hacer que las personas tomen conciencia de una situación o problema que sea importante.	Etapas del proceso de concientización Villalobos (2000).	Sensibilización Alarcón (2013), Núñez (2013).	9 ¿Las imágenes que se muestran en el folleto generan algún estímulo de reacción en tu persona?	Nada Casi Nada Algunas Veces Casi Siempre Siempre
			Motivación Beltrán y Pérez (2000), Abarca (1995).	10 ¿El diseño y la información vertida en el folleto motivan tu interés a seguir leyendo?	Nada Casi Nada Algunas Veces Casi Siempre Siempre
			Aprendizaje Abarca (1995), Rivas (2008).	11 ¿La información contenida en el folleto te facilita aprender sobre el uso responsable de los dispositivos móviles?	Nada Casi Nada Algunas Veces Casi Siempre Siempre
			Toma de Decisiones Alarcón (2013), Gabucio et al. (2005).	12 ¿Las imágenes y texto del folleto generan acción en tu persona sobre el uso responsable de los dispositivos móviles?	Nada Casi Nada Algunas Veces Casi Siempre Siempre
		Tipos de conciencia González (2008)	Conciencia Individual González-Garza (1995).	13 ¿En el folleto se muestran diversas acciones (imágenes), te ves reflejado en algunas de ellas?	Nada Casi Nada Algunas Veces Casi Siempre Siempre
			Conciencia Social Berdichewsky (2002).	14 ¿Las situaciones previstas en el folleto se ven reflejadas en tu sociedad?	Nada Casi Nada Algunas Veces Casi Siempre Siempre
			Conciencia Emocional Renom (2012), Bisquerra (2014).	15 ¿El diseño y la información que muestra el folleto genera alguna emoción con respecto al uso responsable de dispositivos móviles?	Nada Casi Nada Algunas Veces Casi Siempre Siempre
			Conciencia Moral Vargas (2009).	16 ¿Las imágenes del folleto te motivan a tener valores morales sobre el uso responsable de dispositivos móviles?	Nada Casi Nada Algunas Veces Casi Siempre Siempre

Tabla N° 03 Variable Y

2.3 Población y muestra

➤ Población

La población que constituye el elemento de investigación está constituida por un total de 1200 alumnos de secundaria del I.E. San Juan de la Jurisdicción de San Juan de Miraflores. Por consiguiente, determinamos que esta población es finita.

➤ Muestra

Para hallar el tamaño de la muestra según la fórmula empleada a la población finita es:

N: Tamaño de la población	= 1200
Z: Nivel de confianza (95%)	= 1.96
p: probabilidad de éxito (50%)	= 0.5
q: Probabilidad de Fracaso (50%)	= 0.5
d: error máximo permitido (5%)	=0.05

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{d^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 (1200) (0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (1200 - 1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$
$$n = 292$$

Como resultado, esta muestra está conformado por 292 alumnos de secundaria de la I.E. San Juan de la Jurisdicción de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

➤ Técnica de Muestreo

El procedimiento de muestreo que se empleó en esta investigación fue el muestreo probabilístico aleatorio simple, porque todos los alumnos de

secundaria del Centro Base San Juan tienen la probabilidad de ser elegidos y formar parte de esta muestra.

2.4 Técnicas de instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad

➤ Técnica

La práctica que se empleó en este trabajo de investigación se designa técnica de la encuesta, el que nos permitirá recopilar la información mediante las contestaciones que otorgaran los 292 alumnos de secundaria de la Institución Educativa San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

➤ Instrumento:

El registro se realizó por medio de un interrogatorio o cuestionario como herramienta de recopilación de datos, el mismo que está particionado en dos grupos. El primer grupo incluye datos generales: Edad, sexo y grado. Mientras que el segundo grupo recolecta datos precisos del diseño de un folleto sobre el uso responsable de dispositivos móviles y la concientización mediante el cual, el presente trabajo para la recopilación de los datos se generó un cuestionario utilizando el método tipo Likert, que consta de 16 preguntas cerradas, de los cuales las 08 primeras preguntas pertenecen a la variable del diseño del folleto y las otras 08 preguntas corresponden a la variable concientización.

En este cuestionario se aplicó la escala de medición de Likert, con cinco opciones de respuesta a partir de los indicadores que se encuentran en la matriz de operacionalización de la variable diseño de un folleto (independiente) y la variable concientización (dependiente), las cuales representan para la investigación los objetos de estudio.

Por lo tanto, se expresó la actitud de los encuestados hacia las opiniones acerca de las dimensiones de las variables, en una escala de medición que va de 1 al 5, donde:

1 = Nunca, 2 = Casi Nunca, 3 = Algunas Veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre

➤ **Validez:**

La herramienta de recopilación de datos fue expuesto preliminarmente a una evaluación de conformidad, con la ayuda del juicio de expertos; ya que será validado por 03 especialistas, quienes evaluaron la ficha el instrumento de investigación haciendo uso de la ficha de validación de expertos (Anexo 05, 06 y 07), como también de la Matriz de consistencia (Anexo 03).

Tabla N° 04 Evaluación de expertos

ITEMS	PREGUNTAS	EXPERTO 1		EXPERTO 02		EXPERTO 03	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿El instrumento de recolección de datos tienes relación con el título de la investigación?	X		X		X	
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		X		X	
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de investigación?	X		X		X	
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		X		X	
5	¿La redacción de las preguntas en con sentido coherente?	X		X		X	
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada una de los elementos de los indicadores?	X		X		X	
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		X		X	
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		X		X	
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X		X		X
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		X		X	
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		X		X	
	TOTAL	10	1	10	1	10	1

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 05 Resultado de Prueba Binomial

Prueba Binomial						
		Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. exacta (bilateral)
Melchor Agüero, Liliana	Grupo 1	Si	10	,91	,50	,012
	Grupo 2	No	1	,09		
	Total		11	1,00		
Figuerola Martel, Ana María	Grupo 2	Si	10	,91	,50	,012
	Grupo 3	No	1	,09		
	Total		11	1,00		
Bernaza Zavala Roció Lizzett	Grupo1	Si	10	,91	,50	,012
	Grupo 2	No	1	,09		
	Total		11	1,00		

Fuente: Elaboración propia

Por lo expuesto la prueba binomial muestra que la herramienta de medición es válida en su comprendido, puesto que, el efecto es inferior al nivel de significancia de 0,05.

➤ **Confiabilidad:**

La confiabilidad del instrumento se estableció utilizando el estadístico de fiabilidad (Alfa de Cronbach), la misma que, en este caso, fue aplicada a 292 alumnos de secundaria de la Institución Educativa San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017, obteniendo los siguientes datos:

Alfa de Cronbach (Formula)

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Dónde:

α = Coeficiente de Confiabilidad

k = Número de ítems del instrumento

S_i^2 = Varianza de cada ítem

S_t^2 = Varianza del instrumento

Tabla N° 06

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	292	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	292	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Tabla N° 07

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,882	16

Ver Anexo 00

De acuerdo a este resultado del análisis fiabilidad de Cronbach α tiene un valor mayor de 0,882, lo cual significa que el instrumento es aceptable, ya que según Hernández, Fernández y Baptista (2010, p.302) supera el 0,75 según lo refiere el autor:

Si se obtiene 0,25=> muestra baja confiabilidad

Si se obtiene 0,50 => la fiabilidad es media o ligera

Si el resultado excede el 0,75 =>es aceptable

Si el resultado es mayor a 0,90 => es elevada

2.5 Métodos de análisis de datos

El modo ejecutado en el proceso de los datos para la presente investigación es de técnica cuantitativa, por lo cual el método ejecutado es el estadístico descriptivo, aplicándose como instrumento de recopilación de datos una encuesta constituida por 16 preguntas, sometido a la escala de Likert, en donde se expresan las preguntas de manera cualitativa y son estimadas por puntajes entre 1 y 5 (clasificación).

El instrumento fue evaluado por tres expertos y posteriormente se realizó hizo la entrega del folleto y el cuestionario a doscientos noventa y dos (292) alumnos de secundaria del Centro Base San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, con la intención de determinar la validez y confiabilidad del instrumento.

Cabe señalar, que se ejecutó un análisis cuantitativo de tipo descriptivo, donde se estableció la explicación y resumen de la información, y luego, los datos fueron designados en el programa estadístico el SPSS versión 21 donde se obtuvo la fiabilidad del proyecto de investigación.

2.5.1 Análisis Descriptivo

Tal como se muestra en la Tablas descritas a continuación; del total de 292 alumnos de secundaria encuestados de la I.E. San Juan de la Jurisdicción de San Juan de Miraflores, Lima-2017, el 33,9% (99) casi siempre y el 28,4% (83) siempre, lo cual equivale al 62.3% (182) de encuestados, quienes declaran que la forma como está diseñado el folleto capta su interés de seguir mirando el contenido, mientras que solo el 3,8% (11) consideran Nada (Tabla N° 08).

Tabla N° 08 Frecuencia de Variable Diseño de un Folleto, D1- Forma.

¿La forma como está diseñado el folleto capta tu interés en seguir mirando el contenido?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	11	3,8	3,8	3,8
Casi Nada	26	8,9	8,9	12,7
Algunas Veces	73	25,0	25,0	37,7
Casi Siempre	99	33,9	33,9	71,6
Siempre	83	28,4	28,4	100,0
Total	292	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

Del mismo modo al observar la Tabla N° 09, podemos decir que, del total de 292 alumnos de secundaria encuestados de la I.E. San Juan, el 43,8% (128) casi siempre y el 27,1% (79) siempre, lo cual equivale al 70,9% (207) de encuestados, ostentan que el contraste de los colores usado en el diseño del folleto les permite comprender la información, mientras que solo el 2,7% (8) consideran Nada.

Tabla N° 09 Frecuencia de variable Diseño de un folleto, D1 - Contraste.

¿El contraste de los colores usado en el diseño del folleto te permite comprender la información?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	8	2,7	2,7	2,7
Casi Nada	20	6,8	6,8	9,6
Algunas Veces	57	19,5	19,5	29,1
Casi Siempre	128	43,8	43,8	72,9
Siempre	79	27,1	27,1	100,0
Total	292	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

Igualmente, del total de 292 alumnos de secundaria encuestados de la I.E. San Juan, el 40,4% (118) siempre y el 37,7% (110) casi siempre, lo cual equivale al 78,1% (228) de encuestados, manifiestan que el color y tamaño de la letra del folleto les permite leer y comprender con facilidad la información, mientras que solo el 1,7% (5) opina que Nada (Tabla N° 10).

Tabla N° 10 Frecuencia de variable Diseño de un folleto, D1-Tipografía.

¿El color y tamaño de letra del folleto te permite leer y comprender con facilidad la información?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	5	1,7	1,7	1,7
Casi Nada	16	5,5	5,5	7,2
Algunas Veces	43	14,7	14,7	21,9
Casi Siempre	110	37,7	37,7	59,6
Siempre	118	40,4	40,4	100,0
Total	292	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

En la Tabla N° 11, se interpreta que, del total de 292 alumnos de secundaria encuestados de la I.E. San Juan, el 38,4% (112) casi siempre y el 32,5% (95) siempre, lo cual demuestra que el 70,9% (207) de encuestados, declaran que los colores usados en el folleto impreso son atractivos y les permiten entender con facilidad su contenido, mientras que solo el 4,1% (12) consideran Nada.

Tabla N° 11 Frecuencia de variable Diseño de un folleto, D1-Color.

¿Los colores usados en el folleto impreso son atractivos y te permiten entender con facilidad su contenido?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	12	4,1	4,1	4,1
Casi Nada	24	8,2	8,2	12,3
Algunas Veces	49	16,8	16,8	29,1
Casi Siempre	112	38,4	38,4	67,5
Siempre	95	32,5	32,5	100,0
Total	292	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

Del total de 292 alumnos de secundaria encuestados de la I.E. San Juan, el 36,6% (107) casi siempre y el 33,6% siempre, lo cual demuestra que el 70,2% (205) de encuestados, expresan que al observar el folleto se entiende el orden de su contenido, mientras que solo el 2,1% (6) consideran Nada (Tabla N° 12).

Tabla N° 12 Frecuencia de variable Diseño de un folleto, D2-Estructura

¿Al observar el folleto se entiende el orden de su contenido?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	6	2,1	2,1	2,1
Casi Nada	15	5,1	5,1	7,2
Algunas Veces	66	22,6	22,6	29,8
Casi Siempre	107	36,6	36,6	66,4
Siempre	98	33,6	33,6	100,0
Total	292	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

Asimismo, se observa la Tabla N° 13 que, del total de 292 alumnos de secundaria encuestados de la I.E. San Juan, el 38,4% (112) casi siempre y el 38% (111) siempre, lo que equivale al 76,4% (223) de encuestados, manifiestan que el tamaño del folleto le permite leer con facilidad la información sobre el uso responsable de los dispositivos móviles, mientras que solo el 1,4% (4) consideran Nada.

Tabla N° 13 Frecuencia de variable Diseño de un folleto, D2-Formato

¿El tamaño del folleto te permite leer con facilidad la información sobre el uso responsable de los dispositivos móviles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	4	1,4	1,4	1,4
Casi Nada	18	6,2	6,2	7,5
Algunas Veces	47	16,1	16,1	23,6
Casi Siempre	112	38,4	38,4	62,0
Siempre	111	38,0	38,0	100,0
Total	292	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

En la Tabla N° 14, observamos que del total de 292 alumnos de secundaria encuestados de la I.E. San Juan, el 37,3% (109) casi siempre y el 34,6% (101) siempre, lo que equivale al 71,9% (210) de encuestados, enuncian que entienden con claridad la información que muestra el folleto con respecto al uso responsable de los dispositivos móviles, mientras que solo el 2,4% (7) consideran Nada.

Tabla N° 14 Frecuencia de variable Diseño de un folleto, D2-Lenguaje.

¿Entiendes con claridad la información que muestra el folleto con respecto al uso responsable de los dispositivos móviles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	7	2,4	2,4	2,4
Casi Nada	23	7,9	7,9	10,3
Algunas Veces	52	17,8	17,8	28,1
Casi Siempre	109	37,3	37,3	65,4
Siempre	101	34,6	34,6	100,0
Total	292	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan De Miraflores, Lima-2017

En la Tabla N° 15 nos muestra que, del total de 292 alumnos de secundaria encuestados de la I.E. San Juan, el 38,7% (113) siempre y el 33,6% (98) casi siempre, lo que demuestra que el 72,3% (211) de encuestados, declaran que el doblez del folleto llama la atención con facilidad el, mientras que solo el 2,7% (8) consideran Nada.

Tabla N° 15 Frecuencia de variable Diseño de un folleto, D2-Plegado.

¿La elaboración del folleto a través del doblez de papel llama tu atención con facilidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	8	2,7	2,7	2,7
Casi Nada	24	8,2	8,2	11,0
Algunas Veces	49	16,8	16,8	27,7
Casi Siempre	98	33,6	33,6	61,3
Siempre	113	38,7	38,7	100,0
Total	292	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

Al observar la Tabla N° 16 nos manifiesta que del total de 292 alumnos de secundaria encuestados de la I.E. San Juan, el 43,5% (127) casi siempre y el 23,3 % (68) siempre, lo que equivale al 66,8% (195) de encuestados, expresan que las imágenes que se muestran en el folleto generan algún estímulo de reacción en su persona, mientras que solo el 5,5% (16) consideran Nada.

Tabla N° 16 Frecuencia de variable Concientización, D3-Sensibilización.

¿Las imágenes que se muestran en el folleto generan algún estímulo de reacción en tu persona?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	16	5,5	5,5	5,5
Casi Nada	19	6,5	6,5	12,0
Algunas Veces	62	21,2	21,2	33,2
Casi Siempre	127	43,5	43,5	76,7
Siempre	68	23,3	23,3	100,0
Total	292	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

En la Tabla N° 17, se observa que del total de 292 alumnos de secundaria encuestados de la I.E. San Juan, el 43,2% (126) casi siempre y el 21,9% (64) siempre, lo que equivale al 65,1% (190) de encuestados, ostentan que el diseño y la información vertida en el folleto motivan el interés a seguir leyendo, mientras que solo el 3,8% (11) consideran Nada.

Tabla N° 17 Frecuencia de variable Concientización, D3-Motivación.

¿El diseño y la información vertida en el folleto motivan tu interés a seguir leyendo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	11	3,8	3,8	3,8
Casi Nada	12	4,1	4,1	7,9
Algunas Veces	79	27,1	27,1	34,9
Casi Siempre	126	43,2	43,2	78,1
Siempre	64	21,9	21,9	100,0
Total	292	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

Del mismo modo en la Tabla N° 18, observamos que del total de 292 alumnos de secundaria encuestados de la I.E. San Juan, el 41,4% (121) casi siempre y el 17,5% (51) siempre, lo que demuestra que el 58,9% (172) de encuestados, manifiestan que la información contenida en el folleto facilita aprender sobre el uso responsable de los dispositivos móviles, mientras que solo el 3,8% (11) consideran Nada.

Tabla N° 18 Frecuencia de variable Concientización, D3-Aprendizaje.

¿La información contenida en el folleto te facilita aprender sobre el uso responsable de los dispositivos móviles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	11	3,8	3,8	3,8
Casi Nada	14	4,8	4,8	8,6
Algunas Veces	95	32,5	32,5	41,1
Casi Siempre	121	41,4	41,4	82,5
Siempre	51	17,5	17,5	100,0
Total	292	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

En la Tabla N° 19 podemos interpretar que del total de 292 alumnos de secundaria encuestados de la I.E. San Juan, el 41,4% (121) casi siempre y el 19,2% (56) siempre, lo que demuestra que el 60,6% (177) de encuestados, ostentan que las imágenes y texto del folleto generan acción en su persona sobre el uso responsable de los dispositivos móviles, mientras que solo el 3,1% (9) consideran Nada.

Tabla N° 19 Frecuencia de variable Concientización, D3-Toma de decisiones.

¿Las imágenes y texto del folleto generan acción en tu persona sobre el uso responsable de los dispositivos móviles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	9	3,1	3,1	3,1
Casi Nada	25	8,6	8,6	11,6
Algunas Veces	81	27,7	27,7	39,4
Casi Siempre	121	41,4	41,4	80,8
Siempre	56	19,2	19,2	100,0
Total	292	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

En la Tabla N° 20 nos muestra que del total de 292 alumnos de secundaria encuestados de la I.E. San Juan, el 32,2% (94) casi siempre, el 28,8 (84) algunas veces y el 19,5% (57) siempre, lo que equivale al 80,5% (235) de encuestados, manifiestan que se ven reflejado en algunas de las diversas acciones que muestra el folleto, mientras que solo el 5,8% (17) consideran Nada.

Tabla N° 20 Frecuencia de variable Concientización, D4-Conciencia Individual.

¿En el folleto se muestran diversas acciones (imágenes), te ves reflejado en algunas de ellas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	17	5,8	5,8	5,8
Casi Nada	40	13,7	13,7	19,5
Algunas Veces	84	28,8	28,8	48,3
Casi Siempre	94	32,2	32,2	80,5
Siempre	57	19,5	19,5	100,0
Total	292	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

En la Tabla N° 21, interpretamos que del total de 292 alumnos de secundaria encuestados de la I.E. San Juan, el 33,6% (98) y el 31,5% (92) siempre, lo que equivale al 65.1% (190) de encuestados, declaran que las situaciones previstas en el folleto se ven reflejadas en su sociedad, mientras que solo el 2,1% (6) consideran Nada.

Tabla N° 21 Frecuencia de variable Concientización, D4-Conciencia Social.

¿Las situaciones previstas en el folleto se ven reflejadas en tu sociedad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	6	2,1	2,1	2,1
Casi Nada	23	7,9	7,9	9,9
Algunas Veces	73	25,0	25,0	34,9
Casi Siempre	98	33,6	33,6	68,5
Siempre	92	31,5	31,5	100,0
Total	292	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

Igualmente, en la Tabla N° 22, interpretamos que del total de 292 alumnos de secundaria encuestados de la I.E. San Juan, el 39,4% (115) casi siempre y el 20,9% (61) siempre, lo que demuestra que el 60,3% (176) de encuestados, manifiestan que el diseño y la información que muestra el folleto generan alguna emoción con respecto al uso responsable de los dispositivos móviles, mientras que solo el 4,1% (12) consideran Nada.

Tabla N° 22 Frecuencia de variable Concientización, D4-Conciencia Emocional.

¿El diseño y la información que muestra el folleto generan alguna emoción con respecto al uso responsable de los dispositivos móviles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	12	4,1	4,1	4,1
Casi Nada	18	6,2	6,2	10,3
Algunas Veces	86	29,5	29,5	39,7
Casi Siempre	115	39,4	39,4	79,1
Siempre	61	20,9	20,9	100,0
Total	292	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

Por último, la Tabla N° 23 nos muestra que del total de 292 alumnos encuestados de la I.E. San Juan, el 35.6% (104) casi siempre y el 28,1% (82) siempre, lo que equivale al 63,7% (186) de encuestados, enuncian que las imágenes del folleto le motivan a tener valores morales en el uso responsable de los dispositivos móviles, mientras que solo el 2.4% (7) consideran Nunca.

Tabla N° 23 Frecuencia de variable Concientización, D4-Conciencia Moral.

¿Las imágenes del folleto te motivan a tener valores morales sobre el uso responsable de los dispositivos móviles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	7	2,4	2,4	2,4
Casi Nada	24	8,2	8,2	10,6
Algunas Veces	75	25,7	25,7	36,3
Casi Siempre	104	35,6	35,6	71,9
Siempre	82	28,1	28,1	100,0
Total	292	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

2.5.2 Análisis Inferencial

Para valorar el nivel de correlación, se contrastó las hipótesis, mediante el cual se determinará la correlación existente entre las variables y dimensiones.

➤ Hipótesis General

H₁: Existe relación significativa entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

H₀: No existe relación significativa entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

Para la contrastación de la Hipótesis de investigación se realizó la prueba de normalidad, el mismo que permitirá identificar que tipo de análisis paramétrico se debe efectuar (paramétricas o no paramétricas).

Tabla N° 24 Prueba de normalidad de las variables: Diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles sobre la variable concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan.

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Variable 1: Diseño del folleto sobre uso responsable de dispositivos móviles (Agrupado)	,111	292	,000	,935	292	,000
Variable2: Concientización (Agrupado)	,076	292	,000	,974	292	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

<0,05 No paramétricas

>0,05 Paramétricas

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

Interpretación:

Según el resultado de la tabla la prueba de normalidad, se estableció que se aplicara la prueba de coeficiente Pearson, cabe precisar que las dos variables revelan una significancia inferior a 0,05 (0,000 y 0,000) teniendo como resultado el estudio de pruebas no Paramétricas.

La aplicación de prueba de Pearson reveló la siguiente correlación:

Tabla N° 25 Correlación de variables: Diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles sobre la variable concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan.

Correlaciones			
		Variable 1: Diseño del folleto sobre uso responsable de dispositivos móviles (Agrupado)	Variable2: Concientización (Agrupado)
Variable 1: Diseño del folleto sobre uso responsable de dispositivos móviles (Agrupado)	Correlación de Pearson	1	,608**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	292	292
Variable2: Concientización (Agrupado)	Correlación de Pearson	,608**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	292	292

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

Interpretación:

Según la prueba de Pearson, manifiesta que existe una correlación de 0,608 y una significancia de 0,000 inferior al 0.01 y al 99% de confianza con el 1% de posibilidad de error. Por consiguiente, se desaprueba la hipótesis nula y se admite la hipótesis de investigación en el nivel de 0,01, ratificándose la correlación entre las dos variables. Es decir, se aprueba la muestra del diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

➤ Hipótesis específicas

- Respecto a las dimensiones: Elementos visuales del diseño y las Etapas de proceso de concientización.

H₁: Existe relación significativa entre los elementos visuales del diseño del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

H₀: No existe relación significativa entre los elementos visuales del diseño del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

Tabla N° 26 Prueba de normalidad de las dimensiones: Elementos Visuales del Diseño y las etapas del proceso de Concientización.

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Elementos visuales del diseño	,149	292	,000	,939	292	,000
Etapas del proceso de concientización	,119	292	,000	,963	292	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

Se empleó la prueba de normalidad, en el que las dos dimensiones exponen una significancia de 0,000 inferior al 0,05, por lo cual se ejecutó pruebas no paramétricas.

Tabla N° 27 Correlación de dimensiones: Elementos visuales del diseño y las Etapas del proceso de concientización.

Correlaciones		Elementos visuales del diseño	Etapas del proceso de Concientización
Elementos visuales del Diseño	Correlación de Pearson	1	,567**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	292	292
Etapas del proceso de Concientización	Correlación de Pearson	,567**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	292	292

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

Interpretación:

Según la prueba de Pearson, manifiesta que existe un coeficiente de relación 0,567 entre las variables, con una significancia inferior al 0,01. El coeficiente es significativo al 99% de confianza con el 1% de posibilidad de error. Entonces se desestima la hipótesis nula y se consiente la hipótesis de investigación, por ende, se asegura la relación significativa existente entre los elementos visuales del diseño del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

■ En relación a las dimensiones: Elementos visuales del diseño y los Tipos de conciencia.

H₂: Existe relación significativa existe entre los elementos visuales del diseño del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

H₀: No existe relación significativa existe entre los elementos visuales del diseño del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

Tabla N° 28 Prueba de normalidad de las dimensiones: Elementos visuales del diseño y los Tipos de conciencia.

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Elementos visuales del diseño	,149	292	,000	,939	292	,000
Tipos de conciencia	,110	292	,000	,970	292	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

Se ejecuto la prueba de normalidad, en el cual las dos dimensiones revelan una significancia de 0,000 inferior a 0,05, por lo cual se ejecutó pruebas no paramétricas.

Tabla N° 29 Correlación de dimensiones: Elementos visuales del diseño y los Tipos de conciencia.

Correlaciones			
		Elementos visuales del diseño	Tipos de conciencia
Elementos visuales del diseño	Correlación de Pearson	1	,443**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	292	292
Tipos de conciencia	Correlación de Pearson	,443**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	292	292

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

Interpretación:

Conforme la prueba de Pearson, se halla un coeficiente de relación 0,443 con una significancia de 0,000 inferior al 0,01, el coeficiente es significativo al 99% de confianza con el 1% de posibilidad de error. Siendo así se descarta la hipótesis nula y se reconoce la hipótesis de investigación, por consiguiente, se confirma la relación significativa existente entre los elementos visuales del

diseño del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

■ En relación a las dimensiones: Características del folleto y las Etapas de proceso de concientización.

H₃: Existe relación significativa existe entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

H₀: No existe relación significativa existe entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

Tabla N° 30 Prueba de normalidad de las dimensiones: Características del folleto y las Etapas del proceso de Concientización.

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Características del folleto	,139	292	,000	,925	292	,000
Etapas del proceso de Concientización	,119	292	,000	,963	292	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

Se ejecutó la prueba de normalidad, en el que las dos dimensiones exponen una significancia de 0,000 inferior a 0,05, por lo cual se hizo pruebas no paramétricas.

Tabla N° 31 Correlación de dimensiones: Características del folleto y las Etapas del proceso de concientización.

Correlaciones

		Características	Proceso de Concientización
Características del folleto	Correlación de Pearson	1	,533**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	292	292
Etapas del proceso de Concientización	Correlación de Pearson	,533**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	292	292

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

Interpretación

Conforme la prueba de Pearson, se halla un coeficiente de relación 0,533 con una significancia de 0,000 inferior al 0,01, el coeficiente es significativo al 99% de confianza con el 1% de posibilidad de error. Entonces se desestima la hipótesis nula y se admite la hipótesis de investigación, en consecuencia, se confirma la relación significativa existente entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

■ En relación a las dimensiones: Características del folleto y los Tipos de conciencia.

H₄: Existe relación significativa existe entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

H₀: No existe relación significativa existe entre las características del folleto sobre el uso responsable de dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

Tabla N° 32 Prueba de normalidad de las dimensiones: Características del folleto y los Tipos de conciencia.

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Características	,139	292	,000	,925	292	,000
Tipos de conciencia	,110	292	,000	,970	292	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

Se ejecutó la prueba de normalidad, en el cual las dos dimensiones manifiestan una significancia de 0,000 inferior a 0,05, por consiguiente, se ejecutó pruebas no paramétricas.

Tabla N° 33 Correlación de dimensiones: Características del folleto y los Tipos de conciencia.

Correlaciones			
		Características	Tipos de conciencia
Características del folleto	Correlación de Pearson	1	,440**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	292	292
Tipos de conciencia	Correlación de Pearson	,440**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	292	292

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

Interpretación

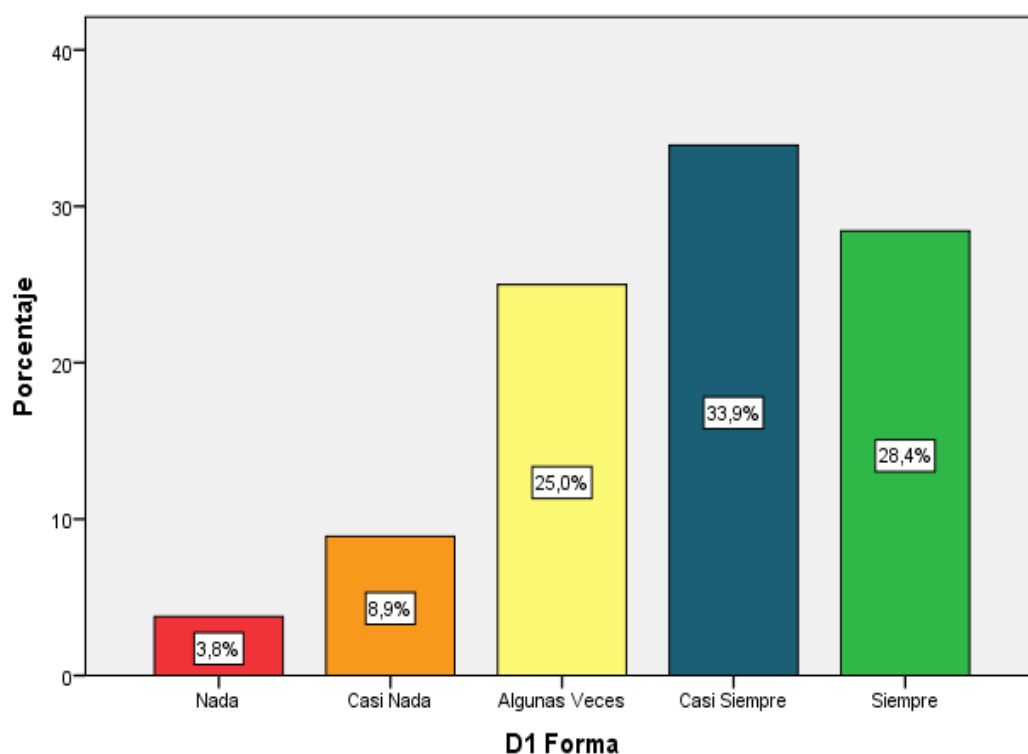
Acorde a la prueba de Pearson, se halla un coeficiente de relación 0,440 con una significancia de 0,000 inferior al 0,01, el coeficiente es significativo al 99% de confianza con el 1% de posibilidad de error. Por consiguiente, se desaprueba la hipótesis nula y se admite la hipótesis de investigación, en consecuencia, se confirma la relación significativa existente entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

2.6 Aspectos Éticos

Esta investigación se basa en el cumplimiento de todos los aspectos morales y éticos, por consiguiente, no existe plagio, ya que se respeta a todos los autores quienes se han citado proporcionalmente estimando la contribución de sus conocimientos en la presente investigación. Por lo cual se ha mencionado y se ha referenciado acorde a lo dispuesto en el manual de estilo APA. Toda la información concerniente a la población puede ser verificados por la misma Institución Educativa San Juan del Distrito de San Juan de Miraflores, Lima.

III RESULTADOS

Gráfico N° 01, ¿La forma como está diseñado el folleto capta tu interés en seguir mirando el contenido?

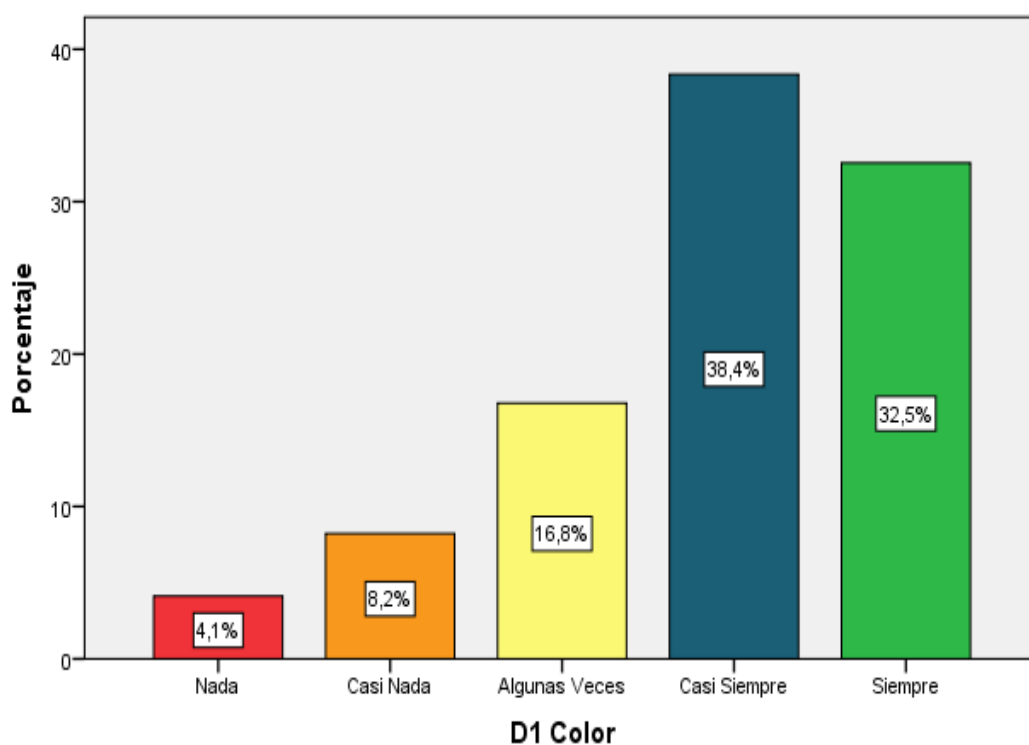


Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

Interpretación:

De los datos obtenidos de 292 encuestados, el 33.9% (99) casi siempre y el 28,4% (83) siempre, lo que equivale al 62,3% (182) de encuestados, manifiestan que la forma de cómo está diseñado el folleto capta su interés en seguir mirando el contenido. Por lo expuesto, podemos decir que la forma horizontal de como se muestra la estructura y contenido, así como las dimensiones de 14 cm. de alto por 28 cm. de largo del folleto llaman la atención de los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan, podemos decir que el folleto es aceptado. Solo un 3.8% (11) considera que nada del folleto capta su interés.

Gráfico N° 02 ¿Los colores usados en el folleto impreso son atractivos y te permiten entender con facilidad su contenido?

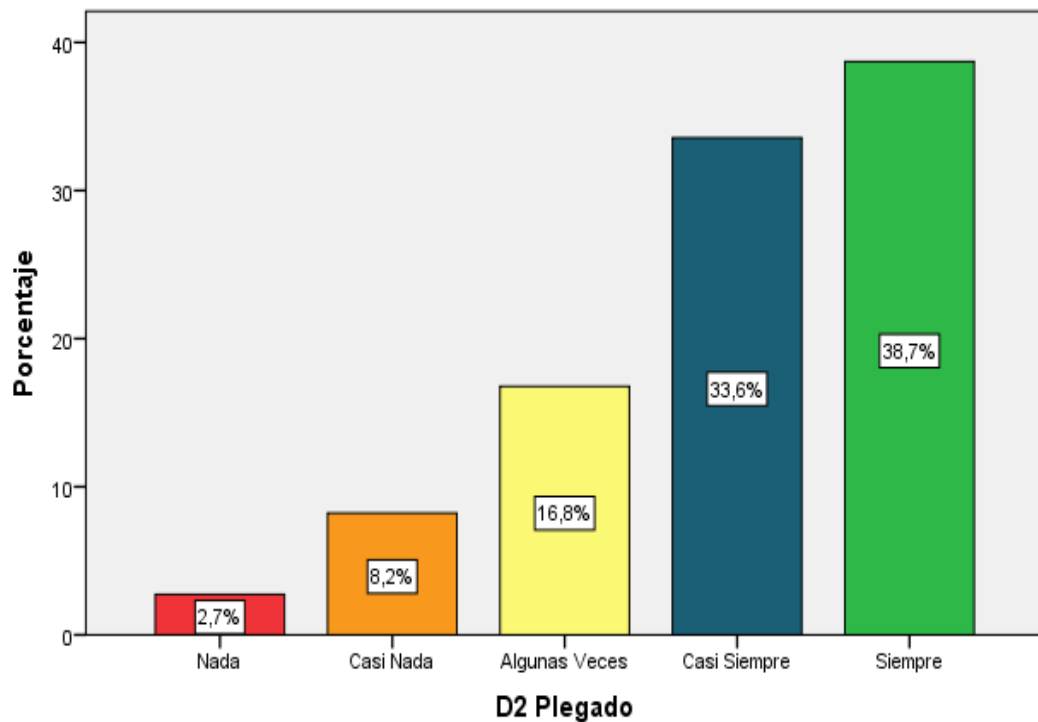


Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

Interpretación:

De los datos obtenidos de 292 encuestados, el 38.4% (112) casi siempre y el 32,5% (95) siempre, lo que equivale al 70,9% (207) de encuestados, manifiestan que los colores implementados en el folleto impreso son atractivos y les facilita comprender con facilidad su contenido. Por lo expuesto, podemos decir que los colores aplicados en el folleto diseñado tales como el amarillo, verde y rojo magenta son atractivos y aceptado para los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan ya que transmiten alegría, bondad y esperanza. Solo un 4.1% (12) considera que nada de los colores usados en el folleto impreso son atractivos.

Gráfico N° 03, ¿La elaboración del folleto a través del dobléz de papel llama tu atención con facilidad?

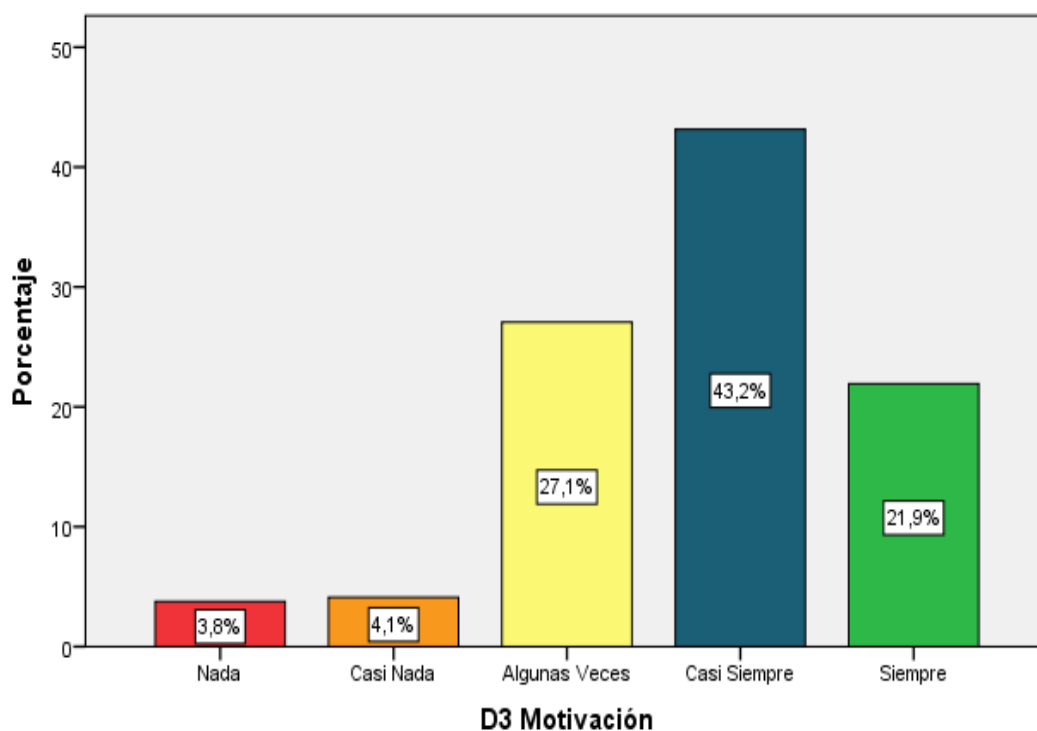


Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juande Miraflores, Lima-2017

Interpretación:

De los datos obtenidos de 292 encuestados, el 38.7% (113) siempre y el 33,6% (98) casi siempre, lo que demuestra que el 72,6% (211) de encuestados, manifiestan que el dobléz aplicado en el diseño del folleto llama su atención con facilidad. Por lo consiguiente, podemos decir que el dobléz permite interactuar y facilita leer el contenido con facilidad lo cual es aceptado por los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan. Solo un 2.7% (8) considera que el dobléz aplicado en el folleto nada llama su atención.

Gráfico N° 04 ¿El diseño y la información vertida en el folleto motivan tu interés a seguir leyendo?

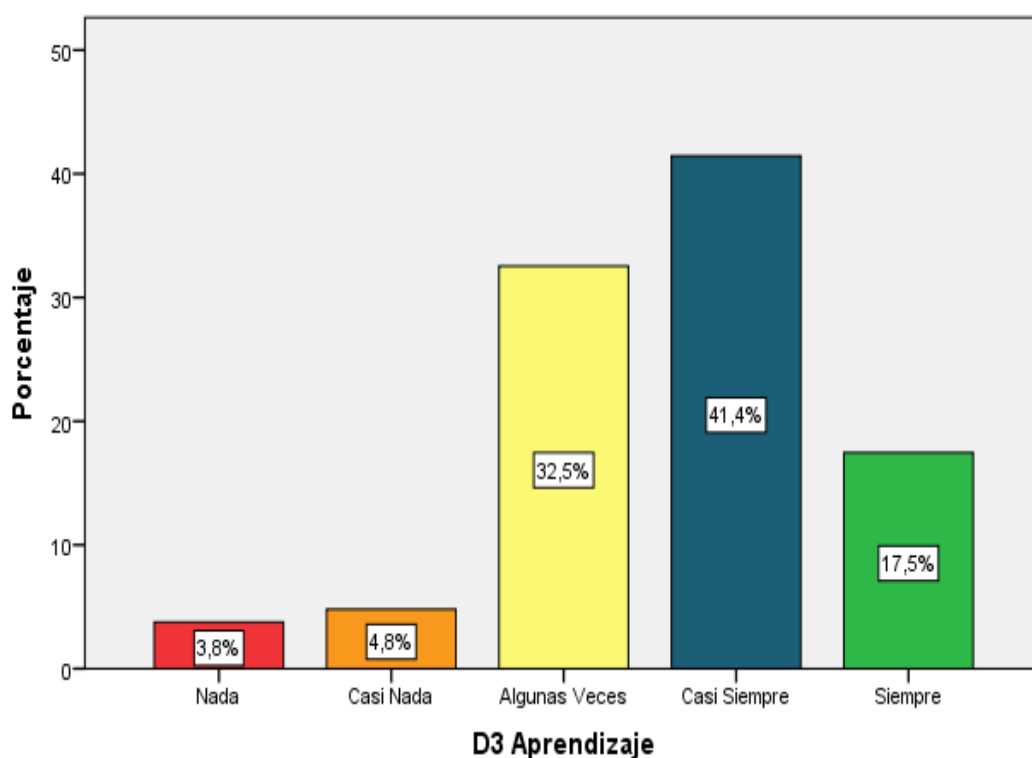


Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

Interpretación:

De los datos obtenidos de 292 encuestados, el 43.2% (126) casi siempre y el 21,9% (64) siempre lo que equivale al 65,1% (190) de encuestados, manifiestan que el diseño y la información vertida en el folleto motivan su interés en seguir leyendo. Por lo consiguiente, podemos decir que el folleto es aceptado ya que los colores, tipografía y demás elementos visuales aplicados en el diseño del folleto generan motivación a seguir leyendo en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan. Solo un 3.8% (11) considera no sienten nada de motivación para leer el contenido del folleto.

Gráfico N° 05 ¿La información contenida en el folleto te facilita aprender sobre el uso responsable de los dispositivos móviles?

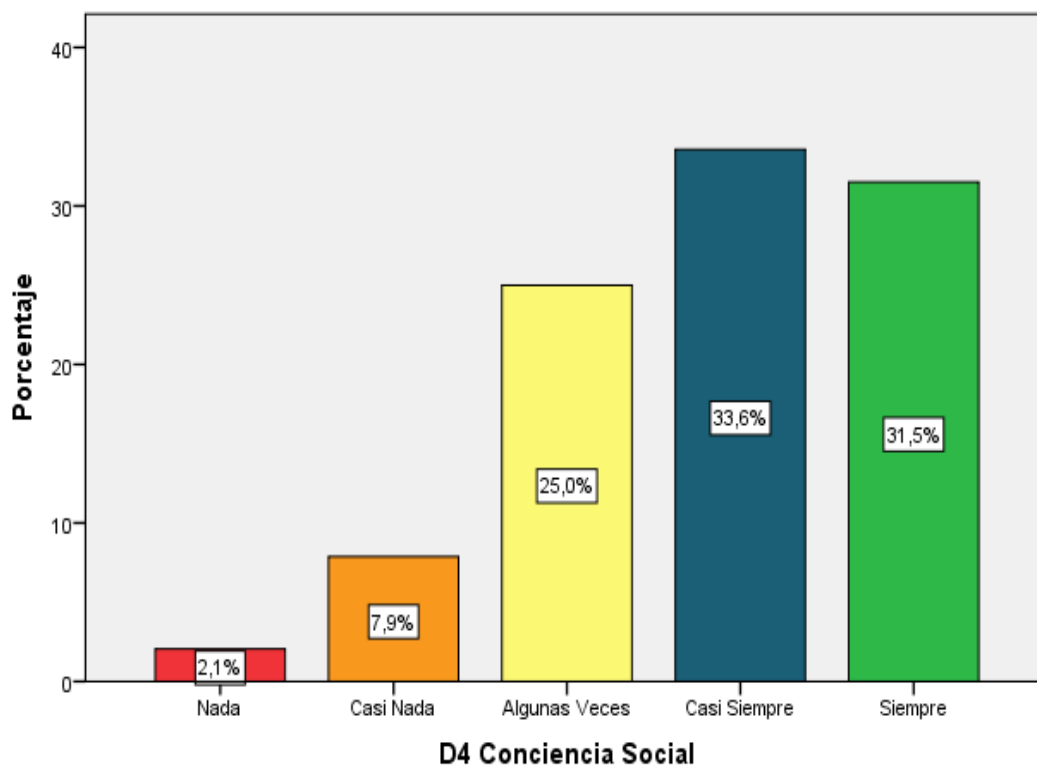


Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

Interpretación:

De los datos obtenidos de 292 encuestados, el 41.4% (121) casi siempre y el 17,5% (51) siempre, lo que demuestra que el 58,9% (172) de encuestados, manifiestan que la información contenida en el folleto les facilita aprender sobre el uso responsable de los dispositivos móviles. Por lo expuesto, podemos decir que, a través de los gráficos y textos expuestos en el folleto, los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan comprenden con facilidad. Mientras que un 3.8% (11) considera que nada de la información vertida en el folleto les permite aprender.

Gráfico N° 06 ¿Las situaciones previstas en el folleto se ven reflejadas en tu sociedad?



Fuente: Cuestionario realizado el 12MAY2017 a los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

Interpretación:

De los datos obtenidos de 292 encuestados, el 33.6% (98) casi siempre y el 31,5% (92) siempre, lo que equivale al 65.1% (190) manifiestan que las situaciones previstas en el folleto se ven reflejadas en su sociedad. Por lo Consiguiente, podemos decir que los gráficos en donde se expresan situaciones de la vida cotidiana, además del color y el trazo generan conciencia social en alumnos de secundaria de la I.E. San Juan. Solo un 2.1% (6) considera que nada de las situaciones mostradas en el folleto se ven en su sociedad.

IV DISCUSIÓN

En la presente investigación, cuyo objetivo es determinar la relación entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan. Conforme a los resultados conseguidos en la Prueba de Pearson demuestra que existe una correlación de 0,608 y una significancia de 0,000 inferior al 0.01 y al 99% de confianza con el 1% de posibilidad de error. Por lo que se desaprueba la hipótesis nula y se admite la hipótesis de investigación que afirma la relación existente entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la Institución Educativa San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017

En relación a este resultado, Lidioma y Jácome (2015), respaldan esta investigación. Con la diferencia de que su investigación tiene un enfoque mixto y su muestra es de 50 personas menor a la muestra de la presente investigación. Sin embargo, esta investigación es notable porque coinciden con el propósito del estudio orientado entre la variable de elaboración de un folleto infográfico, donde se analiza la aplicación de tipografía y del color en las imágenes difundidas en el folleto y se determina que estos elementos permiten comprender la información dando un mensaje de conciencia y valoración sobre las características de los danzantes de Pujilí.

Por otro lado, esto es reforzado por López (2009, p.19) define que el diseño es una herramienta de creatividad que sirve para resolver problemas y manifestarlos como algo nuevo. Mientras que Freire (2004, p.38-39) define que concientizar es una expresión que se utiliza en animación sociocultural, pedagogía y trabajo social para denominar una peculiaridad operacional de participación colectiva con el objetivo de hacer entender acerca del amor propio de la persona humana. Por consiguiente, los autores mencionados apoyan íntegramente la relación entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización.

En referencia a la primera hipótesis específica respecto a la relación entre los elementos visuales del diseño del folleto sobre el uso responsable de los

dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan, se evidencio con la prueba de correlación de Pearson que existe una correlación positiva media de 0, 567 con un nivel de significancia de 0,000 inferior al 0.05, en respuesta al resultado se desaprueba la hipótesis nula y se reconoce la hipótesis de investigación lo que indica que existe una relación entre los elementos visuales del diseño del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan.

Esto se refuerza con lo planteado por Caiza y Chicaiza (2016), cabe mencionar que su trabajo de investigación es explicativo y descriptivo. También es necesario indicar que esta investigación tiene un enfoque mixto con una muestra de 110 personas por tener una población infinita de mayor a mil. Sin embargo es muy significativo para la presente investigación debido a que concluyen que los elementos del diseño permiten comprender a los turistas y demás pobladores sobre el significado del mensaje acerca de la vida, historia y tradición de los Chagras evidenciándose la importancia de la difusión del folleto fotográfico, este instrumento a la vez permite reforzar la identidad de los Chagras.

Frascara (2006, p.105-106), en su libro titulado el Diseño de la Comunicación. Nos dice que los elementos visuales están conformados por la imagen y la tipografía además de la forma como están relacionados y constituidos dentro de una composición. Por consiguiente, el autor citado respalda entre los elementos visuales del diseño del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización.

En la segunda hipótesis específica donde se busca comprobar la relación que existe entre los elementos visuales del diseño del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan, se evidencio mediante la prueba de correlación de Pearson que existe una relación positiva media entre los elementos visuales del diseño y los tipos de conciencia (0,443) con un nivel de significancia de 0,000 inferior al 0.05. Por consiguiente, se desaprueba la hipótesis nula y se admite la hipótesis de investigación manifestando que hay

una correlación positiva razonable entre los elementos visuales del diseño del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la Institución Educativa San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

Este resultado se apoya en Llango y Andi (2016), ya que su investigación es descriptiva y cuantitativa, utilizaron la encuesta y entrevista, pero su muestra tan solo es de 56 artesanos menor a la muestra de la presente investigación. No obstante su investigación es importante como testimonio para esta investigación, porque se apoya en los elementos visuales para el diseño y preparación de un folleto sobre la ocupación artesanal de la iglesia la Victoria lo que ha conllevado a mejorar y mantener las costumbres y tradiciones que se han ido perdiendo en el pasar de los años, así como también ha permitido mejorarla comercialización de sus trabajos, esto nos muestra que los elementos aplicados en su folleto han logrado mejorar y conservar su identidad cultural de los artesanos de la iglesia la Victoria.

Wong (1995, p.42), nos dice que los elementos visuales son partes de todo un diseño y se relacionan entre sí para dar origen a lo que nos permitirá comprender y entender todo lo que vemos. De la misma manera, este autor resguarda la relación entre los elementos visuales del diseño del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia.

En cuanto a la tercera hipótesis específica inquiriere aclarar la relación entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan. Cabe precisar que aplicando la prueba de Pearson se comprobó que existe correlación positiva media de 0,533 con un nivel de significancia de 0,000 inferior al 0.05. De acuerdo a este resultado se desaprueba la hipótesis nula y se afirma la hipótesis de investigación revelando la existente relación entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la Institución Educativa San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

El resultado se prueba en Jiménez (2016), debido a que su investigación es cualitativa y cuantitativa, sus instrumentos utilizados son la encuesta y la entrevista, pero su muestra tan solo es de 121 personas porque su población es infinita mayor a mil. Sin embargo, es fundamental como referencia para esta investigación debido a que su campaña publicitaria se afianza en la creación de piezas gráficas como el folleto logran crear conciencia para advertir el cáncer de mama en las mujeres.

Uría, et al (2007, p.544), declara que para que un folleto sea objetivo en su información, no interesa la cantidad de información que contiene, si no como es su estructura, si su contenido está bien distribuido, debe permitir analizar y comprender con facilidad al cliente y manifieste una acción sobre el producto. Este concepto emitido por el autor respalda la relación entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización.

Con respecto a la cuarta hipótesis específica donde se requiere determinar la relación entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan. Aplicando la prueba Pearson se evidencio que existe correlación positiva moderada de 0,440 con un nivel de significancia de 0,000 inferior al 0.05. Según este resultado se desaprueba la hipótesis nula y se afirma la hipótesis de investigación manifestando la relación existente entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la Institución Educativa San Juan de la Jurisdicción de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

En relación a la última hipótesis Carrasco y La Rosa (2013), quienes resguardan esta investigación, aunque su investigación es de tipo descriptiva- propositiva, utilizo la encuesta como instrumento, además de que su muestra se basa en 20 docentes, lo considero significativo como contribución a esta investigación, porque manifiestan en referencia a conciencia que a través de la educación y el aprendizaje se trasmite valores con el propósito de sensibilizar a la sociedad

motivándolos a proteger y preservar el medio ambiente que son necesarios para la vida.

Para finalizar González (2008, p.17-18), afirma que la conciencia es el saber que somos uno mismo y diferente a los demás, saber que existimos, tener conocimiento de lo que nos rodea y existe, saber distinguir lo bueno y malo haciendo uso de nuestra razón. El diseño de esta investigación crea conciencia individual, emocional social y moral al observarse los gráficos plasmados en su contenido, por lo tanto, el autor refuerza esta relación entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia.

V CONCLUSIONES

La conclusión general, determina que existe relación positiva entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan. Esto se afirma en los resultados logrados en la correlación de hipótesis de las variables con un valor de 0,608 (ver tabla) con una significancia de 0,000 (inferior al 0,01 y al 99% de confianza). Este resultado confirma que la propuesta del diseño de un folleto logro su propósito de crear conciencia en los alumnos de la I.E San Juan, a través de las imágenes y textos descritos en su contenido los cuales fueron aceptados por ellos.

Respecto a la primera conclusión específica, se evidenció que existe relación entre los elementos visuales del diseño de un folleto (forma, contraste, tipografía y color) sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización (sensibilización, motivación, aprendizaje y toma de decisiones) en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan. Podemos decir que la forma, contraste, tipografía y color aplicados en el diseño del folleto motivan a leer la información y a la vez comprender con facilidad la información contenida en el folleto.

En la segunda conclusión específica, se evidenció que existe relación entre los elementos visuales (forma, contraste, tipografía y color) de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia (Individual, Social, Emocional y Moral) en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan. Por lo tanto, podemos decir que los colores utilizados en el folleto y en los dibujos que representan situaciones previstas en nuestra sociedad despiertan la conciencia de cada uno como persona y como se comporta en sociedad cuando hacen uso de un dispositivo móvil, generan momentos de reflexión y toma de conciencia.

Por otro lado, en la tercera conclusión específica se determina que si existe relación entre las características del folleto (Estructura, Formato Mensaje y Plegado) sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización (sensibilización, motivación, aprendizaje y toma de

decisiones) en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan. La estructura de los textos e imágenes, el mensaje y el doblez del folleto permiten realizar una lectura visual y comprender el contenido del folleto con facilidad, entender lo perjudicial que puede ser cuando se hace un mal uso de dispositivos móviles.

Por último, en la cuarta conclusión específica se determina que existe relación entre las características del folleto (Estructura, Formato Mensaje y Plegado) sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia (Individual, Social, Emocional y Moral) en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan. Por consiguiente, la forma como está estructurado el folleto, el mensaje expresado a través de sus gráficos, ya que cada grafico representa situaciones sociales de la vida cotidiana, los mismos que despiertan emociones y; crean un momento de reflexión y toma de conciencia en adelante cuando harán uso de sus dispositivos móviles.

VI RECOMENDACIONES

Realizar, fomentar y difundir campañas de concientización con respecto al uso responsable de dispositivos móviles en todos los colegios, de manera que los estudiantes de secundaria se encuentren debidamente informados de los efectos que genera el uso irresponsable de estos dispositivos.

Realizar campañas de concientización para las empresas que fabrican dispositivos móviles y para las empresas que venden telefonía móvil, ya que en muchos de los packaging de los productos solo mencionan especificaciones y uso del dispositivo móvil pero no previenen o dan indicaciones de las consecuencias que puede generar un mal uso.

Fomentar talleres en beneficio de los estudiantes de secundaria sobre el uso responsable de los dispositivos móviles, las consecuencias y problemas de comportamiento que puede generar su uso inadecuado. De esta manera se evitará el incremento de accidentes y mejorará la relación entre los estudiantes y sus padres, así como también una mejor atención en las clases.

VII REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abarca, S. (1995). Psicología de la Motivación. San José: EUNED.

Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=iKgtQvoH2j8C&pg=PA4&dq=la+motivaci%C3%B3n+es&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=la%20motivaci%C3%B3n%20es&f=false

Alarcón, R. (2013). Psicología comunitaria. (1 Ed.). Perú: Sánchez.

Álvarez, R. (2007). Estadística aplicada a las Ciencias de la Salud. (1 Ed.)

España: Diaz de Santos. Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=V2ZosgPYl0kC&pg=PA16&dq=se+expresan+en+categorías+o+modalidades&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=se%20expresan%20en%20categorías%20o%20modalidades&f=false

Ander, E. (2008). Léxico del animador sociocultural. (1 Ed.). Córdoba: Brujas.

Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=3-cPL32Yk94C&printsec=frontcover&dq=L%C3%A9xico+del+animador+sociocultural&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Ambrose, G. & Harris, P. (2004). Fundamentos del Diseño Creativo. (1 Ed.).

Barcelona, España: Parramón.

Arenal, C. (2016). Organización de proceso de ventas. (1 Ed.). La rioja; Tutor

Formación. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=3v8JDQAAQBAJ&pg=PA93&dq=características+del+folleto+plegado&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=características%20del%20folleto%20plegado&f=false

Beltrán, J. & Pérez, L. (2004). El proceso de sensibilización. (1 Ed.).

Madrid, España: Foro Pedagógico de Internet.

Berdichewsky, B. (2002). Antropología social: Introducción Una visión global a la humanidad. (1 Ed.). Santiago: LOM.

Bisquerra, R. (2016). 10 Ideas claves Educación emocional (1 Ed.) Barcelona:

GRAÓ

Bussarakampakom, C., Cabrera, O., Contreras, R., Egea, J., Eguia, J., García, I. &

Gonzales, Z. (2012). El diseño 7 versiones transversales. (1 Ed.). México: León. Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=KKW9A3p4LDIC&pg=PA84&dq=folleto+plegado+es&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=folleto%20plegado%20es&f=false

Bustos, G. (2012). Teorías del Diseño Gráfico. (1 Ed.). México: Red Tercer Milenio.

Caiza, P. & Chicaiza, E. (2016). Diseño de un folleto fotográfico e ilustrado basado

en la diagramación editorial, acerca de la historia, vida y tradiciones de los Chagras del Cantón Mejía, provincia de Pichincha, como medio de promoción turística, en el periodo 2015. (Tesis para obtener el Título) la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/2292/1/T-UTC-3805.pdf>

Carrasco, M., & La Rosa, M. (2013). Conciencia ambiental: Una propuesta Integral

para el trabajo docente en el II ciclo del nivel inicial. (Tesis de Licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de: <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/68921>

Cheng, K. (2006). Diseñar Tipografía. (1 Ed.). Barcelona: Gustavo Gili.

Dondis, D. (1989). La sintaxis de la imagen, introducción al alfabeto visual. (1 Ed.).

Barcelona: Gustavo Gili.

Frascara, J. (2006). El Diseño de Comunicación. (1 Ed.). Buenos Aires, Argentina:

Infinito.

Freire, P. (2004). La importancia de Leer y el proceso de liberación. (16 Ed.).

México: Siglo Veintiuno.

- Gabucio, F., Domingo, J., Lichtenstein, F., Limón, M., Minervino, R., Romo, M. & Tubau, E. (2005). *Psicología del Pensamiento*. (1 Ed.). Barcelona: UOC.
- García, E. (2012). *Expresión Gráfica*. (1 Ed.). México: Red Tercer Milenio.
- González, D. (2008) *Psicología de la Motivación* (1 Ed.) La Habana: Ciencias Médicas.
- González-Garza, A. (1995). *De la Sombra a la Luz, Desarrollo Humano – Transpersonal*. (1 Ed.). México: JUS. Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=3nme74u5JA4C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Graham, J. (1991). *Marketing Magnético*. (1 Ed.). Madrid: Díaz de Santos.
- Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=xoG7U9HWtksC&pg=PR6&dq=marketing+magnetico+1991&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=marketing%20magnetico%201991&f=false
- Greenbaum, T. (1991). *Manual del consultor*. (1 Ed.). España: Díaz de Santos.
- Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=aQESivvFGGUC&pg=PA128&dq=folleto+es&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=folleto%20es&f=false
- Hernández, R., Fernández, R. & Baptista, P. (2010) *Metodología de la investigación* (5 Ed.). Mexico: McGRAW-HILL.
- Hernández, R., Fernández, R. & Baptista, P. (2014) *Metodología de la investigación* (6 Ed.). Mexico: McGRAW-HILL.
- Hingston, P. (2002). *Marketing efectivo*. (1 Ed.). México: Prentice Hall.
- Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=8JVA4sEnOmgC&pg=PA108&dq=folleto+plegado+es&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=

onepage&q=folleto%20plegado%20es&f=false

Jiménez, L. (2016). Análisis de campañas publicitarias sobre el cáncer de mama y su impacto en las mujeres entre los 40 y 59 años de edad en la Coop. 4 de marzo de la ciudad de Guayaquil para la prevención y concientización de la enfermedad. (Tesis para obtener el Título). Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/1219>

Lidioma, M. & Jacome, M. (2015). Elaboración de un Folleto infográfico que involucre el estudio semiótico del danzante de Pujili utilidad del G.A.D. Municipal en el periodo 2013. (Tesis para obtener el Título). Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador.

Recuperado de: <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/2301>

López, A. (2010). Promociones en espacios especiales. (1 Ed.). España: Vértice. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=xzRZXNDVGUC&pg=PA212&dq=caracteristicas+del+folleto+plegado&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=caracteristicas%20del%20folleto%20plegado&f=false

López, E. (2009). La Profesión del Diseño. (3 Ed.). España: Surgenia.

Llango, C. & Andi, E. (2016). Diseño y elaboración de un folleto fotográfico de los artesanos de la parroquia la Victoria, perteneciente a Cantón Pujilí provincia de Cotopaxi periodo 2016. (Tesis para obtener el Título). Técnica de Cotopaxi, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3645/1/T-UTC-000078.pdf>

Moore, M., Pearce, A. & Applebaum, S. (2010). Sensación, significado y aplicación del color. (1 Ed.). Chile: LFNT.

Munari, B. (1989). Diseño y Comunicación Visual. (1 Ed.). Barcelona: Gustavo Gili.

Nuñez, C. (2013). Publicidad: Simbología de Masas. (1 Ed.). España: Planeta Alvi.

Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=fW9iAwAAQBAJ&pg=PA176&dq=sensibilizaci%C3%B3n+es&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiHi5GFpYLUAhXB6iYKHTmgCHMQ6AEIRDAH#v=onepage&q=sensibilizaci%C3%B3n%20es&f=false>

Seis contundentes cifras sobre los dispositivos móviles en el mundo. (25 de marzo 2015). Peru21. Recuperado de:

<http://peru21.pe/tecnologia/seis-contundentes-cifras-sobre-dispositivos-moviles-mundo-2215121>

Puig, C. (1995). Lexicográfico: Diccionario de Producción Gráfica. (1 Ed.).

Argentina: Colihue. Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=_5SpdVQjhlwC&pg=PA149&dq=elementos+del+plegado+folleto&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=elementos%20del%20plegado%20folleto&f=false

RAE Real Academia Española. Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=bBV63BI>

RAE Real Academia Española. Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=WCrqxOp>

Renom, A. (2007). Educación Emocional, Programa para educación primaria (6-12 años). (2 Ed.). España: Wolters Kluwers.

Rivas, M. (2008). Procesos Cognitivos y aprendizaje significativo. (1era Ed.).

España: Comunidad de Madrid Consejería de Educación.

Ruano, L. (2016) Introducción al Diseño Gráfico. (1 Ed.). México: UAM

Azcapotzalco.

Samara, T. (2008). Los elementos del diseño. (1 Ed). Barcelona: Gustavo Gili.

Uría, F., Arranz, G., García, S., Piñel, E., González-Echenique, L., Arbizu, E., Rodrigo, J., Tejero, C., Benjumea, J., Ramon, J., Mateu, R., Guerra, I., Albella, S., Pérez, J., Rodríguez, J., Crespo, M., Guitard, J., Ureta, J.,

- Malpica, A., Jiménez, G.& Centeno, L. (2007). Régimen Jurídico de los mercados de valores y de las instituciones de inversión colectiva. (1 Ed.). España: La Ley- grupo Wolters Kluwers. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=AlZdSXZY0zcC&pg=PA543&dq=ur+a+folleto+es&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjWkt_N_IHUAhWG5SYKHaoPAAkQ6AEINzAE#v=snippet&q=la%20cantidad&f=false
- Vargas, J. (Enero-Junio, 2009). Formación de la conciencia moral: referentes conceptuales, Educación y Desarrollo Social, 3 (1.), p.110 – 111. Recuperado de: <http://www.umng.edu.co/documents/63968/80128/lseccion.articulo9.pdf>
- Vértice. (2011). Organización del proceso de Venta. (1 Ed.). Málaga: Publicaciones Vértice.
- Villalobos, J. (2000). Educación y Concientización: legados del pensamiento de Paulo Freire. Revista Educare 4(110), p.21. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/356/35641003.pdf>
- Wong, W. (1995). Fundamentos del Diseño (1 Ed.). Barcelona: Gustavo Gili.

Anexo N° 01

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Recursos y presupuestos

Para el desarrollo de la presente investigación se invirtió la cantidad aproximada de S/. 620.5 lo que servirá para ser posible este estudio. A continuación, se muestra la lista con las descripciones de los gastos por cada recurso que se ha empleado en el transcurso del desarrollo de la de investigación.

Tabla N° 34 Descripción de gastos del Proyecto de Investigación

DESCRIPCION DE GASTOS	COSTO UNITARIO S/.	CANTIDAD	IMPORTE EN S/.	FINANCIAMIENTO
Impresión del folleto en papel bond de 90 g. ambos lados	0.75	300	450	Recursos Propios
Impresión del folleto en papel couche ambos lados	2.00	5	10	
Impresión del folleto en papel bond de 120 g. ambos lados	2.00	5	10	
Impresión de la encuesta en papel bond a color	0.50	5	2.5	
Copias de la encuesta a b/n A4	0.10	300	30	
Movilidad y Alimentación	-	-	50	
Impresión de Anillados tesis (8 juegos)	6	8	48	
TOTAL:			S/.620.5	

Financiamiento

El financiamiento de todos los recursos que se han utilizado en el proyecto de tesis y los recursos que han sido usados en la ejecución el desarrollo de investigación son propios del investigador.

Anexo N° 02 Cronograma de ejecución

La realización del proyecto de tesis se realizó las siguientes actividades:

Tabla N° 35 Cronograma de ejecución del Proyecto de Investigación

ACTIVIDADES	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5	Sem 6	Sem 7	Sem 8	Sem 9	Sem 10	Sem 11	Sem 12	Sem 13	Sem 14	Sem 15	Sem 16
1. Reunión de Coordinación																
2. Presentación del Esquema de desarrollo de Proyecto de Investigación																
3. Validez y Confiabilidad del Instrumento de recolección de datos																
4. Recolección de datos																
5. Procesamiento y tratamiento estadístico de datos																
6. JORNADA DE INVESTIGACIÓN N° 1 PRESENTACIÓN DE AVANCE																
7. Descripción de resultados																
8. Discusión de los resultados y redaccion de datos																
9. Conclusiones y recomendaciones																
10. Entrega preliminar de la tesis para su revisión																
11. Presenta la tesis completa con las observaciones levantadas																
12. Revisión y observación de informe de tesis por los jurados																
13. JORNADA DE INVESTIGACION N° 2 Sustentación del informe de tesis																

Anexo N° 03 Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: RELACIÓN ENTRE EL DISEÑO DE UN FOLLETO SOBRE EL USO RESPONSABLE DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES Y LA CONCIENTIZACIÓN EN LOS ALUMNOS DE SECUNDARIA DE LA I.E. SAN JUAN DEL DISTRITO SAN JUAN DE MIRAFLORES, LIMA-2017

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Problema general ¿Qué relación existe entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017?</p> <p>Problemas específicos 1.- ¿Qué relación existe entre los elementos visuales del diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017? 2.- ¿Qué relación existe entre los elementos visuales del diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017?</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017</p> <p>Objetivos específicos 1.- Determinar la relación que existe entre los elementos visuales del diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017. 2.- Determinar la relación que existe entre los elementos visuales del diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.</p>	<p>Hipótesis general Existe relación significativa entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.</p> <p>Hipótesis específicas 1.- Existe relación significativa entre los elementos visuales del diseño del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017. 2.- Existe relación significativa entre los elementos visuales del diseño del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.</p>	<p>Variable X: Diseño de un folleto</p>	<p>1)Elementos Visuales del Diseño 1.1 La Forma 1.2 El Contraste 1.3 La Tipografía 1.4 El Color</p> <p>2) Características del Folleto 2.1 La Estructura 2.2 El Tamaño 2.3 El Mensaje 2.4 El Plegado</p>	<p>Tipo: Aplicada</p> <p>Tiempo: Transversal</p> <p>Nivel: Correlacional</p> <p>Diseño: Experimental</p> <p>Tipo de estudio: Correlacional Cuantitativa</p>	<p>Población La población estará conformada por: 1200 alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.</p> <p>Muestra La muestra estará conformada por: 292 alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>ESTADÍSTICOS: Los datos serán procesados con el software estadístico SPSS 21.</p>
<p>Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017?</p> <p>3.- ¿Qué relación existe entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017?</p> <p>4.- ¿Qué relación existe entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017?</p>	<p>del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.</p> <p>3.- Determinar la relación que existe entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.</p> <p>4.- Determinar la relación que existe entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.</p>	<p>3.- Existe relación significativa entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.</p> <p>4.- Existe relación significativa entre las características del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y los tipos de conciencia en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.</p> <p>Hipótesis Nula 1.-No Existe relación significativa entre los elementos visuales del diseño del folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y las etapas del proceso de concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.</p>	<p>Variable Y: Concientización</p>	<p>1) Etapas del proceso de Concienctización 1.1 Sensibilización 1.2 Motivación 1.3 Aprendizaje 1.4 Toma de Decisiones</p> <p>2)Tipos de conciencia 2.1 Conciencia Individual 2.2 Conciencia Social 2.3 Conciencia Emocional 2.4 Conciencia Moral</p>			

Anexo N° 04 Modelo de Encuesta



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE COMUNICACIONES
ESCUELA DE ARTE Y DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

ENCUESTA						
Ficha de datos socio demográficos: Sexo: F () M () Edad: años Grado:						
OBJETIVO: Determinar la relación entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de Institución Educativa San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017. INSTRUCCIONES: A continuación encontrará una lista de 16 preguntas. En cada pregunta debe elegir una de las cinco opciones que la acompañan. Marca la respuesta con un (X). 1. NADA 2. CASI NADA 3. ALGUNAS VECES 4. CASI SIEMPRE 5. SIEMPRE						
Pase a responder las preguntas						
DIMENSIONES	ITEMS	VALORACION				
		NADA 1	CASI NADA 2	ALGUNAS VECES 3	CASI SIEMPRE 4	SIEMPRE 5
Diseño de un Folleto	1¿La forma como está diseñado el folleto capta tu interés en seguir mirando el contenido?					
	2 ¿El contraste de los colores usado en el diseño del folleto te permite comprender la información?					
	3 ¿El color y tamaño de letra del folleto te permite leer y comprender con facilidad la información?					
	4 ¿los colores usados en el folleto impreso son atractivos y te permiten entender con facilidad su contenido?					
	5¿Al observar el folleto se entiende el orden de su contenido?					
	6¿El tamaño del folleto te permite leer con facilidad la información sobre el uso responsable de los dispositivos móviles?					
	7¿Entiendes con claridad la información que muestra el folleto con respecto al uso responsable de dispositivos móviles?					
	8¿La elaboración del folleto a través del doblez de papel capta tu atención con facilidad?					
Concientización	9¿Las imágenes que se muestran en el folleto generan algún estímulo de reacción en tu persona?					
	10¿El diseño y la información vertida en el folleto motivan tu interés a seguir leyendo?					
	11¿La información contenida en el folleto te facilita aprender sobre el uso responsable de los dispositivos móviles?					
	12 ¿Las imágenes y texto del folleto generan acción en tu persona sobre el uso responsable de los dispositivos móviles?					
	13¿En el folleto se muestran diversas acciones (imágenes), te ves reflejado en algunas de ellas?					
	14¿Las situaciones previstas en el folleto se ven reflejadas en tu sociedad?					
	15¿El diseño y la información que muestra el folleto generan alguna emoción con respecto al uso responsable de dispositivos móviles?					
	16¿Las imágenes del folleto te motivan a tener valores morales sobre el uso responsable de dispositivos móviles?					

¡Muchas gracias por su colaboración!

Anexo N° 05 Tabla de Evaluación de expertos 01



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Bernaza Zavala Rocio Lizzett

Título y/o Grado:

Ph. D.....() Doctor.....() Magister....(X) Licenciado....() Otros. Especifique

Universidad que labora:UCV.....

Fecha: 24-09-17

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Relación entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, 2017

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL		10	1	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

Nombres y apellidos

Anexo N° 06 Tabla de Evaluación de expertos 02



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Melchor Agüero Liliana

Título y/o Grado:

Ph. D.....() Doctor.....() Magister....() Licenciado....(X) Otros. Especifique

Universidad que labora:UCV.....

Fecha: 27-04-2017

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

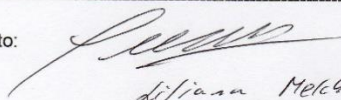
Relación entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, 2017

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL		10	1	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:


Liliana Melchor Agüero
Nombres y apellidos

Anexo N° 07 Tabla de Evaluación de expertos 03



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Martel Figueroa Ana María

Título y/o Grado:

Ph. D.....() Doctor.....() Magister....(X) Licenciado....() Otros. Especifique

Universidad que labora:UCV.....

Fecha: _____

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Relación entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la Concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, 2017

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL		10	1	

SUGERENCIAS: _____

Firma del experto:

Ana María Martel Figueroa
Nombres y apellidos

Anexo N° 08 Carta de permiso de la institución

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL**

CP-031-2017-I- ADGE/LIMA-NORTE

Lima, 11 de mayo de 2017

Señor
Luis Antonio Atuncar Gonzales
INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN JUAN
Presente.-

De mi consideración:

Por medio de la presente permitame saludarles cordialmente y a la vez presentarle a nuestro estudiante; Quien actualmente se encuentra matriculado en el X ciclo (semestre 2017-I) en nuestra Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial.

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI
1	MURILLO DIAZ, SERGIO EDWIN	10380928

En el marco de la agenda académica, el alumno en mención solicita realizar encuestas sobre investigación, para cuyo efecto solicitamos a ustedes otorgar las facilidades necesarias y señalar el día, fecha y hora de la visita.

Agradezco por anticipado la atención que brinde a la presente.

Atentamente,


Mg. Cecilia Brenner Galarza
Directora de la Escuela Profesional de
Arte & Diseño Gráfico Empresarial
Universidad Cesar Vallejo
Lima Norte

UCV.EDU.PE

Anexo N° 09 Análisis de Fiabilidad

Resumen del procesamiento de los casos		
	N	%
Válidos	292	100,0
Casos Excluidos ^a	0	,0
Total	292	100,0

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,882	16

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
¿La forma como está diseñado el folleto capta tu interés en seguir mirando el contenido?	57,26	83,322	,568	,873
¿El contraste de los colores usado en el diseño del folleto te permite comprender la información?	57,15	85,647	,498	,876
¿El color y tamaño de letra del folleto te permite leer y comprender con facilidad la información?	56,91	85,319	,534	,875
¿Los colores usados en el folleto impreso son atractivos y te permiten entender con facilidad su contenido?	57,14	83,033	,580	,873
¿Al observar el folleto se entiende el orden de su contenido?	57,06	85,584	,507	,876
¿El tamaño del folleto te permite leer con facilidad la información sobre el uso responsable de los dispositivos móviles?	56,95	85,084	,551	,874

¿Entiendes con claridad la información que muestra el folleto con respecto al uso responsable de los dispositivos móviles?	57,07	83,975	,566	,873
¿La elaboración del folleto a través del doblez de papel llama tu atención con facilidad?	57,03	83,497	,569	,873
¿Las imágenes que se muestran en el folleto generan algún estímulo de reacción en tu persona?	57,28	85,103	,483	,877
¿El diseño y la información vertida en el folleto motivan tu interés a seguir leyendo?	57,25	84,458	,579	,873
¿La información contenida en el folleto te facilita aprender sobre el uso responsable de los dispositivos móviles?	57,37	85,449	,531	,875
¿Las imágenes y texto del folleto generan acción en tu persona sobre el uso responsable de los dispositivos móviles?	57,36	85,350	,515	,875
¿En el folleto se muestran diversas acciones (imágenes), te ves reflejado en algunas de ellas?	57,55	85,733	,417	,880
¿Las situaciones previstas en el folleto se ven reflejadas en tu sociedad?	57,16	84,218	,556	,874
¿El diseño y la información que muestra el folleto generan alguna emoción con respecto al uso responsable de los dispositivos móviles?	57,34	85,270	,506	,876
¿Las imágenes del folleto te motivan a tener valores morales sobre el uso responsable de los dispositivos móviles?	57,22	85,216	,501	,876

Anexo N°10 Distribución de datos en el SPSS

EncuestaDIPSMOVI_ordinal_puebNOMINAL.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda


	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Sexo	Cadena	2	0		Ninguna	Ninguna	3	Izquierda	Nominal	Entrada
2	Edad	Numérico	3	0		Ninguna	Ninguna	3	Derecha	Nominal	Entrada
3	Pregunta1	Numérico	8	0	¿La forma com...	{1, Nada}...	Ninguna	3	Derecha	Ordinal	Entrada
4	Pregunta2	Numérico	8	0	¿El contraste d...	{1, Nada}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
5	Pregunta3	Numérico	8	0	¿El color y tam...	{1, Nada}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
6	Pregunta4	Numérico	8	0	¿Los colores u...	{1, Nada}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
7	Pregunta5	Numérico	8	0	¿Al observar el ...	{1, Nada}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
8	Pregunta6	Numérico	8	0	¿El tamaño del...	{1, Nada}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
9	Pregunta7	Numérico	8	0	¿Entiendes con...	{1, Nada}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
10	Pregunta8	Numérico	8	0	¿La elaboració...	{1, Nada}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
11	Pregunta9	Numérico	8	0	¿Las imágenes...	{1, Nada}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
12	Pregunta10	Numérico	8	0	¿El diseño y la ...	{1, Nada}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
13	Pregunta11	Numérico	8	0	¿La informació...	{1, Nada}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
14	Pregunta12	Numérico	8	0	¿Las imágenes...	{1, Nada}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
15	Pregunta13	Numérico	8	0	¿En el folleto s...	{1, Nada}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
16	Pregunta14	Numérico	8	0	¿Las situacion...	{1, Nada}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
17	Pregunta15	Numérico	8	0	¿El diseño y la ...	{1, Nada}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
18	Pregunta16	Numérico	8	0	¿Las imágenes...	{1, Nada}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
19	Suma	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	6	Derecha	Escala	Entrada
20	diseño_folleto	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	7	Derecha	Nominal	Entrada
21	concientizacion	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada
22	elemento_visual	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada
23	caracteristicas	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada
24	proceso_concientizacion	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

EncuestaDIPSMOVI_ordinal_puebNOMINAL.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

ArchivoEdiciónVerDatosTransformarAnalizarMarketing directoGráficosUtilidadesVentanaAyuda



Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Pregun ta1	Pregun ta2	Pregun ta3	Pregun ta4	Pregun ta5	Pregun ta6	Pregun ta7	Pregun ta8	Pregun ta9	Pregun ta10	Pregun ta11	Pregun ta12	Pregun ta13	Pregun ta14	Pregun ta15	Pregun ta16	Suma	diseño_folle to	concientiz acion	elemento visual	caracterist icas	proceso_con cientizacion	tipos_cc iencia
1	F	16	3	4	5	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	3	55	30	25	14	16	13	
2	F	15	3	4	5	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	55	29	26	16	13	13	
3	F	14	2	4	5	5	4	3	3	2	2	3	4	5	1	2	1	2	48	28	20	16	12	14	
4	F	14	2	3	3	3	4	3	4	1	4	4	3	3	4	5	4	5	55	23	32	11	12	14	
5	F	14	3	4	3	4	5	4	4	4	5	3	3	3	1	3	3	2	54	31	23	14	17	14	
6	F	15	3	5	3	4	3	4	3	5	2	3	2	3	2	3	4	3	52	30	22	15	15	10	
7	M	14	3	5	4	3	5	4	3	2	5	4	3	4	4	5	5	5	64	29	35	15	14	16	
8	F	15	3	5	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	5	4	60	30	30	16	14	14	
9	M	15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	2	5	5	75	40	35	20	20	19	
10	F	15	3	5	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	2	4	2	4	58	33	25	18	15	13	
11	M	14	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	71	39	32	19	20	17	
12	M	17	4	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	3	3	5	4	5	68	36	32	18	18	15	
13	M	14	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	3	3	4	4	3	64	34	30	19	15	16	
14	F	16	2	5	3	5	3	4	2	3	1	3	3	4	2	3	3	3	49	27	22	15	12	11	
15	F	14	3	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	74	38	36	18	20	16	
16	M	14	3	4	2	3	5	4	4	3	2	5	4	5	3	5	4	3	59	28	31	12	16	16	
17	F	12	3	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	74	38	36	18	20	16	
18	F	14	1	3	4	4	3	3	2	2	3	3	4	3	2	3	4	3	47	22	25	12	10	13	
19	F	16	2	4	5	4	5	5	2	3	3	4	3	2	2	3	3	2	52	30	22	15	15	12	
20	F	14	4	3	4	1	2	3	1	3	3	4	5	4	4	4	3	2	50	21	29	12	9	16	
21	F	13	4	3	3	4	2	5	4	5	3	5	4	5	2	4	4	1	58	30	28	14	16	17	
22	M	12	3	4	5	4	3	4	4	3	4	3	4	2	3	3	3	4	56	30	26	16	14	13	

Vista de datos

Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

EncuestaDIPSMOVI_ordinal_pruebNOMINAL.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Pregun ta1	Pregun ta2	Pregun ta3	Pregun ta4	Pregun ta5	Pregun ta6	Pregun ta7	Pregun ta8	Pregun ta9	Pregun ta10	Pregun ta11	Pregun ta12	Pregun ta13	Pregun ta14	Pregun ta15	Pregun ta16	Suma	diseño to	folle to	concientiz acion	elemento visual	caracterist icas	proceso_con cientizacion	tipos_cc ciencia
23	F	13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	40	40	20	20	20	20	20
24	M	12	3	4	4	5	5	5	3	3	4	3	5	5	2	3	5	5	64	32	32	16	16	16	17	17
25	M	14	4	5	2	3	5	4	3	5	5	4	1	3	3	4	3	5	59	31	28	14	17	13	13	13
26	F	13	3	4	5	1	2	5	1	3	5	1	3	1	4	2	5	4	49	24	25	13	11	10	10	10
27	M	14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	40	40	20	20	20	20	20
28	M	14	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	71	35	36	18	17	17	18	18
29	F	13	3	3	4	2	3	5	4	4	3	3	4	3	2	2	3	2	50	28	22	12	16	13	13	13
30	F	13	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	74	36	38	19	17	18	18	18
31	F	13	5	4	5	5	4	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	73	35	38	19	16	18	18	18
32	F	14	4	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	70	36	34	19	17	16	16	16
33	M	16	3	1	5	3	5	5	5	3	1	5	1	1	3	3	5	3	52	30	22	12	18	8	8	8
34	M	14	5	5	3	5	3	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	73	35	38	18	17	20	20	20
35	M	13	3	4	5	3	5	4	3	5	3	4	2	3	1	2	4	5	56	32	24	15	17	12	12	12
36	F	14	4	3	5	4	3	4	3	5	3	4	4	4	3	4	3	5	61	31	30	16	15	15	15	15
37	F	14	4	5	5	4	4	3	5	5	2	4	5	4	1	3	2	5	61	35	26	18	17	15	15	15
38	M	14	5	4	5	5	3	4	5	3	4	4	3	5	5	5	4	5	69	34	35	19	15	16	16	16
39	F	14	5	3	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	72	35	37	18	17	19	19	19
40	M	13	3	4	5	4	5	4	2	4	3	2	4	3	2	4	2	3	54	31	23	16	15	12	12	12
41	F	12	1	4	5	5	3	4	2	1	3	5	5	5	4	3	2	3	55	25	30	15	10	18	18	18
42	F	14	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	72	36	36	18	18	18	18	18
43	M	13	3	2	3	3	4	2	3	5	3	2	4	3	2	3	4	4	48	25	23	11	14	12	12	12
44	M	16	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	1	5	1	5	68	38	30	19	19	18	18	18

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

EncuestaDIPSMOVI_ordinal_pruebNOMINAL.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Pregun ta1	Pregun ta2	Pregun ta3	Pregun ta4	Pregun ta5	Pregun ta6	Pregun ta7	Pregun ta8	Pregun ta9	Pregun ta10	Pregun ta11	Pregun ta12	Pregun ta13	Pregun ta14	Pregun ta15	Pregun ta16	Suma	diseño to	folle to	concientiz acion	elemento visual	caracterist icas	proceso_con cientizacion	tipos_cc ciencia
45	M	17	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	3	60	31	29	15	16	16	16	16
46	M	17	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	77	38	39	20	18	19	19	19
47	M	17	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	72	36	36	18	18	18	18	18
48	M	14	3	4	1	1	3	4	5	5	4	4	3	1	4	3	5	5	55	26	29	9	17	12	12	12
49	M	16	3	3	3	3	4	3	4	2	4	4	3	4	5	3	5	4	57	25	32	12	13	15	15	15
50	M	13	3	2	5	5	3	5	1	3	4	5	3	5	3	5	4	3	59	27	32	15	12	17	17	17
51	M	16	5	3	5	4	3	2	3	5	5	4	4	5	5	3	5	4	65	30	35	17	13	18	18	18
52	F	15	3	2	5	4	1	4	4	3	5	5	4	3	4	3	2	5	57	26	31	14	12	17	17	17
53	F	16	5	4	4	4	3	3	5	3	3	5	4	4	2	3	4	5	61	31	30	17	14	16	16	16
54	M	19	2	3	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	70	34	36	14	20	18	18	18
55	F	16	2	4	3	3	3	3	5	3	5	5	3	4	5	5	5	4	62	26	36	12	14	18	18	18
56	M	16	1	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3	4	4	5	4	5	55	23	32	11	12	14	14	14
57	F	13	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	72	38	34	20	18	18	18	18
58	M	15	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	75	36	39	20	16	19	19	19
59	F	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	66	32	34	16	16	18	18	18
60	F	16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	79	40	39	20	20	20	20	20
61	M	16	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	5	3	2	4	3	4	57	29	28	14	15	15	15	15
62	M	16	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	69	38	31	18	20	16	16	16
63	F	16	4	1	4	3	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	57	29	28	12	17	12	12	12
64	F	15	3	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	73	34	39	16	18	19	19	19
65	M	16	3	2	3	2	3	5	2	1	2	4	3	5	2	5	1	1	44	21	23	10	11	14	14	14
66	F	16	1	2	3	1	3	2	4	2	5	1	3	2	4	2	4	5	44	18	26	7	11	11	11	11

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

EncuestaDIPSMOVI_ordinal_pruebNOMINAL.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

ArchivoEdiciónVerDatosTransformarAnalizarMarketing directoGráficosUtilidadesVentanaAyuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Pregun ta1	Pregun ta2	Pregun ta3	Pregun ta4	Pregun ta5	Pregun ta6	Pregun ta7	Pregun ta8	Pregun ta9	Pregun ta10	Pregun ta11	Pregun ta12	Pregun ta13	Pregun ta14	Pregun ta15	Pregun ta16	Suma	diseño_folle to	concientiz acion	elemento visual	caracterist icas	proceso_con cientizacion	tipos_cc ciencia
67	F	16	4	2	2	3	4	5	4	4	5	3	4	2	3	4	2	5	56	28	28	11	17	14	
68	M	16	4	4	4	4	4	3	2	5	4	4	4	4	3	4	5	4	62	30	32	16	14	16	
69	F	16	3	3	2	4	3	4	4	3	3	3	4	3	2	4	3	4	52	26	26	12	14	13	
70	F	15	5	1	5	5	3	5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	4	65	34	31	16	18	12	
71	M	15	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	70	38	32	19	19	15	
72	M	16	3	4	5	2	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	3	4	68	34	34	14	20	17	
73	F	16	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	75	38	37	19	19	17	
74	F	16	5	3	5	5	3	5	5	3	5	5	1	5	4	5	3	5	67	34	33	18	16	16	
75	F	16	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	48	24	24	12	12	12	
76	M	15	3	4	5	4	3	2	4	2	3	2	4	2	3	2	3	3	49	27	22	16	11	11	
77	M	16	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	5	5	67	35	32	20	15	14	
78	F	16	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	71	37	34	19	18	16	
79	F	15	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	74	38	36	19	19	18	
80	F	16	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78	38	40	20	18	20	
81	F	15	2	3	4	5	2	3	3	4	3	3	2	3	5	2	3	3	51	26	25	14	12	12	
82	F	14	3	3	2	2	1	2	3	4	4	5	3	4	4	5	3	4	52	20	32	10	10	16	
83	F	16	1	2	3	4	5	5	4	3	2	1	2	3	4	5	4	3	51	27	24	10	17	8	
84	M	15	1	2	1	1	1	1	1	1	2	3	4	5	1	1	5	2	32	9	23	5	4	14	
85	F	13	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	75	36	39	18	18	19	
86	M	16	1	3	5	3	5	5	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	56	30	26	12	18	14	
87	M	16	2	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	4	3	2	4	2	49	26	23	12	14	12	
88	F	15	1	2	3	2	1	3	5	2	4	1	2	4	5	3	1	2	41	19	22	8	11	11	

Vista de datosVista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

EncuestaDIPSMOVI_ordinal_pruebNOMINAL.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

ArchivoEdiciónVerDatosTransformarAnalizarMarketing directoGráficosUtilidadesVentanaAyuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Pregun ta1	Pregun ta2	Pregun ta3	Pregun ta4	Pregun ta5	Pregun ta6	Pregun ta7	Pregun ta8	Pregun ta9	Pregun ta10	Pregun ta11	Pregun ta12	Pregun ta13	Pregun ta14	Pregun ta15	Pregun ta16	Suma	diseño_folle to	concientiz acion	elemento visual	caracterist icas	proceso_con cientizacion	tipos_cc ciencia
89	M	16	4	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	75	36	39	19	17	20	
90	F	16	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	73	37	36	19	18	18	
91	M	16	4	5	5	4	4	3	4	5	3	5	3	4	5	5	5	5	69	34	35	18	16	15	
92	F	15	4	1	3	1	2	4	3	4	4	2	4	2	3	3	2	3	45	22	23	9	13	12	
93	F	16	4	3	3	2	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	3	4	58	26	32	12	14	17	
94	F	16	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	5	61	29	32	14	15	15	
95	M	16	5	4	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	73	36	37	17	19	19	
96	F	15	4	1	5	1	5	4	4	2	1	1	5	1	5	4	1	5	49	26	23	11	15	8	
97	F	16	3	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	4	3	5	1	5	65	36	29	18	18	15	
98	F	15	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	5	3	4	56	26	30	13	13	15	
99	M	16	3	5	5	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	57	30	27	17	13	13	
100	F	16	3	5	5	5	4	2	3	4	4	5	5	4	5	5	5	4	68	31	37	18	13	18	
101	F	16	5	3	4	3	2	2	2	3	2	4	3	4	2	3	4	3	49	24	25	15	9	13	
102	F	16	3	4	3	3	2	2	3	3	4	3	4	3	4	5	4	4	54	23	31	13	10	14	
103	M	16	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	5	2	3	3	63	33	30	15	18	17	
104	F	16	4	3	5	5	3	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	70	31	39	17	14	19	
105	F	16	5	5	5	2	5	5	3	5	5	5	4	4	3	5	4	4	69	35	34	17	18	18	
106	F	14	3	3	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	71	35	36	16	19	18	
107	F	12	3	3	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	2	3	4	5	65	33	32	14	19	18	
108	F	16	2	4	4	2	3	3	2	3	1	2	3	1	5	2	2	4	43	23	20	12	11	7	
109	F	15	2	4	1	4	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	66	28	38	11	17	18	
110	M	17	2	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	74	37	37	17	20	17	

Vista de datosVista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

EncuestaDIPSMOVI_ordinal_pruebNOMINAL.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Pregun ta1	Pregun ta2	Pregun ta3	Pregun ta4	Pregun ta5	Pregun ta6	Pregun ta7	Pregun ta8	Pregun ta9	Pregun ta10	Pregun ta11	Pregun ta12	Pregun ta13	Pregun ta14	Pregun ta15	Pregun ta16	Suma	diseño_folle to	concientiz acion	elemento visual	caracterist icas	proceso_con cientizacion	tipos_cc ciencia
111	M	13	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	72	35	37	17	18	19	
112	M	17	3	3	3	4	3	2	3	2	5	5	3	2	4	4	2	3	51	23	28	13	10	15	
113	M	15	4	5	4	2	2	4	3	4	5	4	3	2	4	4	3	5	58	28	30	15	13	14	
114	M	12	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	67	34	33	18	16	16	
115	M	12	3	4	5	4	3	3	4	5	4	3	3	4	3	4	5	3	60	31	29	16	15	14	
116	M	16	2	5	5	4	5	2	5	4	3	2	5	4	3	2	3	5	59	32	27	16	16	14	
117	M	12	5	4	5	3	5	4	3	5	5	3	5	3	2	4	3	5	64	34	30	17	17	16	
118	M	12	1	3	4	2	3	5	2	3	5	2	5	2	4	3	4	5	53	23	30	10	13	14	
119	F	13	3	4	5	1	5	2	4	1	1	3	1	2	3	5	2	4	46	25	21	13	12	7	
120	M	12	3	5	3	1	3	5	2	5	3	5	3	5	4	1	2	5	55	27	28	12	15	16	
121	M	12	5	5	5	1	4	5	5	4	1	4	3	5	2	4	3	1	57	34	23	16	18	13	
122	F	12	3	5	5	1	4	3	5	5	3	3	5	5	3	3	3	5	61	31	30	14	17	16	
123	F	13	1	3	5	2	3	1	4	2	5	1	3	2	3	1	5	5	46	21	25	11	10	11	
124	M	12	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	75	37	38	19	18	20	
125	M	12	5	4	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	1	5	5	4	70	36	34	17	19	19	
126	M	12	3	5	5	5	3	5	5	5	1	3	4	5	5	4	1	5	64	36	28	18	18	13	
127	M	12	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	72	38	34	18	20	18	
128	F	13	4	5	5	4	3	5	3	2	4	5	4	4	5	5	4	5	67	31	36	18	13	17	
129	M	12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	4	2	72	40	32	20	20	19	
130	F	13	2	3	4	2	4	3	2	4	5	5	2	1	2	4	3	5	51	24	27	11	13	13	
131	M	15	3	4	5	2	4	3	3	2	4	5	2	3	4	5	2	4	55	26	29	14	12	14	
132	F	16	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	73	36	37	18	18	19	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

EncuestaDIPSMOVI_ordinal_pruebNOMINAL.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Pregun ta1	Pregun ta2	Pregun ta3	Pregun ta4	Pregun ta5	Pregun ta6	Pregun ta7	Pregun ta8	Pregun ta9	Pregun ta10	Pregun ta11	Pregun ta12	Pregun ta13	Pregun ta14	Pregun ta15	Pregun ta16	Suma	diseño_folle to	concientiz acion	elemento visual	caracterist icas	proceso_con cientizacion	tipos_cc ciencia
133	M	14	4	3	5	3	5	3	2	5	5	4	5	3	2	3	5	5	62	30	32	15	15	17	
134	F	12	4	3	4	3	5	4	4	4	1	1	4	3	4	5	4	5	58	31	27	14	17	9	
135	M	13	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	74	37	37	19	18	18	
136	M	17	4	4	3	5	5	1	1	5	3	4	3	3	3	4	4	4	56	28	28	16	12	13	
137	F	14	4	4	5	5	4	5	4	5	3	3	3	3	3	4	4	4	63	36	27	18	18	12	
138	M	13	4	4	4	5	3	5	4	3	4	2	4	4	5	5	3	5	64	32	32	17	15	14	
139	F	14	4	4	1	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	1	1	55	30	25	12	18	16	
140	M	14	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	2	4	4	4	70	39	31	20	19	17	
141	F	12	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65	33	32	17	16	16	
142	M	14	4	5	5	5	5	3	3	5	3	3	5	4	5	5	3	5	68	35	33	19	16	15	
143	F	14	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	75	38	37	19	19	19	
144	F	14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	8	8	4	4	4	
145	F	14	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	63	36	27	20	16	14	
146	F	15	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	69	38	31	19	19	15	
147	M	12	3	3	3	4	4	5	4	5	3	3	3	3	3	3	4	4	58	31	27	13	18	13	
148	F	14	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	3	69	36	33	18	18	18	
149	M	16	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	60	29	31	14	15	16	
150	F	13	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	66	33	33	16	17	16	
151	F	15	3	5	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	5	4	4	4	61	29	32	16	13	15	
152	M	16	5	3	5	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	67	34	33	17	17	16	
153	M	13	5	4	5	4	3	4	5	4	3	4	3	4	1	5	3	3	60	34	26	18	16	14	
154	F	16	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	4	3	3	48	25	23	12	13	11	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

EncuestaDIPSMOVI_ordinal_pruebNOMINAL.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

ArchivoEdiciónVerDatosTransformarAnalizarMarketing directoGráficosUtilidadesVentanaAyuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Pregun ta1	Pregun ta2	Pregun ta3	Pregun ta4	Pregun ta5	Pregun ta6	Pregun ta7	Pregun ta8	Pregun ta9	Pregun ta10	Pregun ta11	Pregun ta12	Pregun ta13	Pregun ta14	Pregun ta15	Pregun ta16	Suma	diseño_folle to	concientiz acion	elemento visual	caracterist icas	proceso_con cientizacion	tipos_cc ciencia
155	F	12	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	5	4	3	67	36	31	18	18	16	
156	F	15	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	2	1	3	4	3	56	32	24	15	17	13	
157	F	14	4	5	4	4	3	4	3	4	5	5	4	2	3	5	4	3	62	31	31	17	14	16	
158	F	16	5	3	4	5	5	3	3	5	4	4	3	4	4	5	4	2	63	33	30	17	16	15	
159	M	14	3	5	4	3	5	4	3	2	2	3	1	3	2	3	4	2	49	29	20	15	14	9	
160	F	14	3	4	3	4	5	4	4	4	5	3	3	3	1	3	3	2	54	31	23	14	17	14	
161	F	14	3	4	5	4	4	4	5	3	3	3	1	3	3	4	3	3	55	32	23	16	16	10	
162	F	14	3	4	3	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	1	3	3	56	31	25	14	17	15	
163	F	15	3	4	5	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	55	29	26	16	13	13	
164	F	16	3	4	5	2	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	51	26	25	14	12	13	
165	M	16	4	3	4	4	5	4	5	5	3	4	4	5	4	3	3	2	62	34	28	15	19	16	
166	F	13	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	53	28	25	12	16	12	
167	F	14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	72	40	32	20	20	16	
168	M	14	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	64	38	26	20	18	14	
169	F	12	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	60	31	29	16	15	15	
170	M	13	4	5	4	4	4	5	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4	63	35	28	17	18	13	
171	F	14	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	1	4	4	4	66	37	29	17	20	16	
172	F	15	4	4	4	4	3	4	5	5	4	3	3	4	5	4	3	4	63	33	30	16	17	14	
173	F	16	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	66	38	28	19	19	16	
174	F	13	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	3	3	5	4	4	71	38	33	19	19	17	
175	F	15	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	5	4	4	63	33	30	16	17	14	
176	F	12	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	2	3	4	3	3	59	32	27	15	17	14	

Vista de datos

Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

EncuestaDIPSMOVI_ordinal_pruebNOMINAL.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

ArchivoEdiciónVerDatosTransformarAnalizarMarketing directoGráficosUtilidadesVentanaAyuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Pregun ta1	Pregun ta2	Pregun ta3	Pregun ta4	Pregun ta5	Pregun ta6	Pregun ta7	Pregun ta8	Pregun ta9	Pregun ta10	Pregun ta11	Pregun ta12	Pregun ta13	Pregun ta14	Pregun ta15	Pregun ta16	Suma	diseño_folle to	concientiz acion	elemento visual	caracterist icas	proceso_con cientizacion	tipos_cc ciencia
177	F	13	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	1	3	3	3	38	16	22	8	8	12	
178	M	14	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63	31	32	15	16	16	
179	M	13	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	69	35	34	16	19	18	
180	F	14	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	3	4	3	4	4	61	34	27	16	18	12	
181	F	14	3	4	5	3	3	5	2	4	3	3	1	4	3	4	5	3	55	29	26	15	14	11	
182	M	14	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	1	63	35	28	19	16	16	
183	M	12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	38	16	22	8	8	10	
184	M	14	5	4	2	3	4	4	3	4	5	4	3	3	2	4	1	2	53	29	24	14	15	15	
185	F	14	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	60	31	29	14	17	14	
186	F	14	5	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	2	3	4	5	53	26	27	16	10	13	
187	F	16	2	5	3	5	3	5	3	2	1	3	3	4	2	3	3	3	50	28	22	15	13	11	
188	F	15	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3	2	4	3	4	5	61	33	28	17	16	13	
189	M	13	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	65	35	30	16	19	15	
190	M	13	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	68	38	30	20	18	15	
191	M	14	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	66	34	32	16	18	15	
192	F	17	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	64	32	32	16	16	16	
193	F	14	4	4	3	3	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	5	5	64	33	31	14	19	13	
194	F	14	4	2	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	66	33	33	15	18	16	
195	F	14	5	3	4	5	5	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	64	35	29	17	18	14	
196	M	13	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	1	3	3	3	54	31	23	16	15	13	
197	M	13	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	63	36	27	16	20	15	
198	F	16	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	4	71	36	35	18	18	18	

Vista de datosVista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

EncuestaDIPSMOVI_ordinal_pruebNOMINAL.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Pregun ta1	Pregun ta2	Pregun ta3	Pregun ta4	Pregun ta5	Pregun ta6	Pregun ta7	Pregun ta8	Pregun ta9	Pregun ta10	Pregun ta11	Pregun ta12	Pregun ta13	Pregun ta14	Pregun ta15	Pregun ta16	Suma	diseño_folle to	concientiz acion	elemento visual	caracterist icas	proceso_con cientizacion	tipos_cc ciencia
199	F	15	4	3	4	3	1	2	3	4	1	5	2	3	3	2	3	3	46	24	22	14	10	11	1
200	F	12	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65	33	32	17	16	16	1
201	M	17	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	2	3	3	2	53	29	24	15	14	14	1
202	F	16	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	61	36	25	17	19	13	1
203	F	15	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	67	36	31	16	20	16	1
204	F	12	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	4	4	69	37	32	17	20	16	1
205	15	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	4	4	4	69	36	33	18	18	18	1
206	M	16	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	74	40	34	20	20	18	1
207	M	13	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	65	34	31	17	17	15	1
208	M	14	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	72	36	36	18	18	18	1
209	F	14	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63	31	32	15	16	16	1
210	F	16	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	67	33	34	15	18	16	1
211	M	12	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	58	27	31	12	15	14	1
212	M	13	3	4	4	4	5	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	55	28	27	15	13	14	1
213	M	14	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	62	33	29	16	17	17	1
214	F	15	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	71	35	36	16	19	17	1
215	M	16	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	4	3	65	37	28	19	18	15	1
216	M	17	5	5	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4	5	4	4	68	37	31	19	18	14	1
217	F	15	2	3	4	2	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	5	5	57	23	34	11	12	16	1
218	M	11	2	3	4	3	3	4	3	2	3	1	2	3	4	3	3	3	46	24	22	12	12	9	1
219	M	13	3	4	5	4	5	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	3	64	33	31	16	17	16	1
220	F	12	5	5	4	5	4	5	4	3	1	3	4	3	2	5	3	3	59	35	24	19	16	11	1

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

EncuestaDIPSMOVI_ordinal_pruebNOMINAL.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Pregun ta1	Pregun ta2	Pregun ta3	Pregun ta4	Pregun ta5	Pregun ta6	Pregun ta7	Pregun ta8	Pregun ta9	Pregun ta10	Pregun ta11	Pregun ta12	Pregun ta13	Pregun ta14	Pregun ta15	Pregun ta16	Suma	diseño_folle to	concientiz acion	elemento visual	caracterist icas	proceso_con cientizacion	tipos_cc ciencia
221	F	14	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	3	2	3	3	59	34	25	16	18	14	1
222	M	12	4	3	2	3	4	4	4	2	3	3	3	2	2	3	3	2	47	26	21	12	14	11	1
223	M	13	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	74	39	35	20	19	17	1
224	F	13	4	5	4	4	5	5	5	5	3	3	4	4	1	4	3	3	62	37	25	17	20	14	1
225	M	16	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	5	5	3	3	56	26	30	12	14	14	1
226	M	12	4	3	4	5	4	5	4	3	5	3	5	4	4	4	3	4	64	32	32	16	16	17	1
227	F	16	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	72	39	33	20	19	16	1
228	M	14	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	49	25	24	12	13	12	1
229	F	13	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	42	20	22	8	12	10	1
230	F	15	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	71	40	31	20	20	16	1
231	F	13	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	5	4	4	65	34	31	16	18	14	1
232	F	13	4	1	3	4	5	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	57	30	27	12	18	12	1
233	M	14	2	3	4	5	4	4	3	4	3	3	3	2	3	2	3	4	52	29	23	14	15	11	1
234	F	13	4	4	4	5	4	3	4	3	2	1	2	2	3	4	3	2	50	31	19	17	14	7	1
235	F	13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	57	32	25	16	16	13	1
236	F	15	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	72	35	37	16	19	17	1
237	F	14	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	39	20	19	8	12	11	1
238	M	15	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	54	26	28	12	14	14	1
239	M	11	3	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	4	4	4	4	55	26	29	14	12	13	1
240	M	14	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	65	30	35	15	15	19	1
241	M	14	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	3	2	2	3	3	4	59	35	24	17	18	12	1
242	F	15	3	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	2	3	3	61	31	30	14	17	17	1

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

EncuestaDIPSMOVI_ordinal_pruebNOMINAL.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

ArchivoEdiciónVerDatosTransformarAnalizarMarketing directoGráficosUtilidadesVentanaAyuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Pregun ta1	Pregun ta2	Pregun ta3	Pregun ta4	Pregun ta5	Pregun ta6	Pregun ta7	Pregun ta8	Pregun ta9	Pregun ta10	Pregun ta11	Pregun ta12	Pregun ta13	Pregun ta14	Pregun ta15	Pregun ta16	Suma	diseño_folle to	concientiz acion	elemento visual	caracterist icas	proceso_con cientizacion	tipos_cc ciencia
243	F	13	3	4	4	4	3	2	1	1	2	3	3	3	2	2	3	3	43	22	21	15	7	11	
244	F	15	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	69	37	32	19	18	17	
245	M	13	3	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	4	3	5	1	5	65	36	29	18	18	15	
246	F	17	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	71	34	37	16	18	17	
247	F	14	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	1	5	5	5	71	37	34	19	18	18	
248	M	16	4	4	3	5	5	3	3	4	3	4	1	1	2	3	2	2	49	31	18	16	15	9	
249	F	12	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	56	31	25	16	15	13	
250	M	13	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	70	39	31	20	19	16	
251	M	12	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	3	3	3	64	35	29	16	19	17	
252	F	13	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	69	35	34	16	19	17	
253	M	13	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	2	3	3	3	55	32	23	15	17	11	
254	M	15	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	39	18	21	8	10	10	
255	M	12	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23	15	8	8	7	4	
256	F	14	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	66	35	31	19	16	15	
257	M	13	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	3	4	5	4	66	36	30	16	20	13	
258	F	14	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	72	35	37	18	17	17	
259	F	14	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	76	38	38	18	20	19	
260	F	15	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	66	34	32	18	16	16	
261	M	14	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	69	34	35	17	17	17	
262	M	15	3	2	2	3	2	3	4	5	3	3	3	4	3	3	3	3	49	24	25	10	14	13	
263	M	16	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4	64	33	31	14	19	15	
264	F	13	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	66	35	31	19	16	16	


Vista de datos

Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

EncuestaDIPSMOVI_ordinal_pruebNOMINAL.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

ArchivoEdiciónVerDatosTransformarAnalizarMarketing directoGráficosUtilidadesVentanaAyuda



Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Pregun ta1	Pregun ta2	Pregun ta3	Pregun ta4	Pregun ta5	Pregun ta6	Pregun ta7	Pregun ta8	Pregun ta9	Pregun ta10	Pregun ta11	Pregun ta12	Pregun ta13	Pregun ta14	Pregun ta15	Pregun ta16	Suma	diseño_folle to	concientiz acion	elemento visual	caracterist icas	proceso_con cientizacion	tipos_cc ciencia
265	F	16	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	60	31	29	16	15	14	
266	M	13	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	72	38	34	19	19	16	
267	M	15	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	53	27	26	12	15	13	
268	F	13	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	62	33	29	16	17	14	
269	M	14	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	76	37	39	17	20	19	
270	F	13	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	74	38	36	19	19	17	
271	M	13	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	68	36	32	17	19	16	
272	M	14	5	4	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	66	36	30	19	17	13	
273	F	15	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	64	34	30	17	17	16	
274	F	13	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	3	3	4	4	65	36	29	17	19	15	
275	M	13	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	50	26	24	12	14	12	
276	M	13	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	55	27	28	14	13	14	
277	F	13	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	3	3	58	35	23	19	16	12	
278	M	13	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	67	37	30	17	20	14	
279	F	14	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	68	35	33	17	18	17	
280	F	13	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	66	33	33	17	16	16	
281	F	15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	65	32	33	16	16	16	
282	M	14	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	2	2	2	60	37	23	17	20	15	
283	M	12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	35	16	19	8	8	9	
284	M	12	4	4	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	43	23	20	13	10	10	
285	F	12	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	57	28	29	12	16	13	
286	M	12	5	4	4	4	4	5	3	4	2	4	3	3	2	2	3	2	54	33	21	17	16	12	

Vista de datos

Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

EncuestaDIPSMOVI_ordinal_pruebNOMINAL.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo

Edición

Ver

Datos

Transformar

Analizar

Marketing directo

Gráficos

Utilidades

Ventana

Ayuda

<

Anexo N°11 Evidencias de encuesta (Fotografías)



Fuente: Fotografía tomada por Sergio Murillo el 12MAY2017

Fuente: Fotografía tomada por Sergio Murillo el 12MAY2017



Fuente: Fotografía tomada por Sergio Murillo el 12MAY2017



Fuente: Fotografía tomada por Sergio Murillo el 12MAY2017

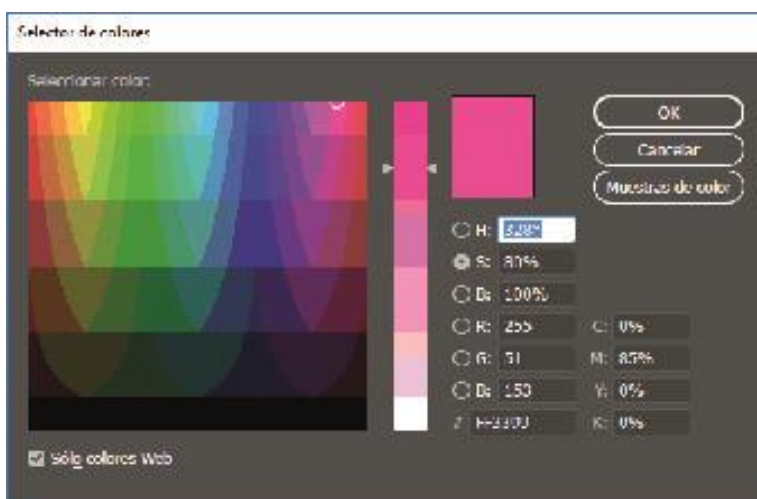


Fuente: Fotografía tomada por Sergio Murillo el 12MAY2017



Fuente: Fotografía tomada por Sergio Murillo el 12MAY2017

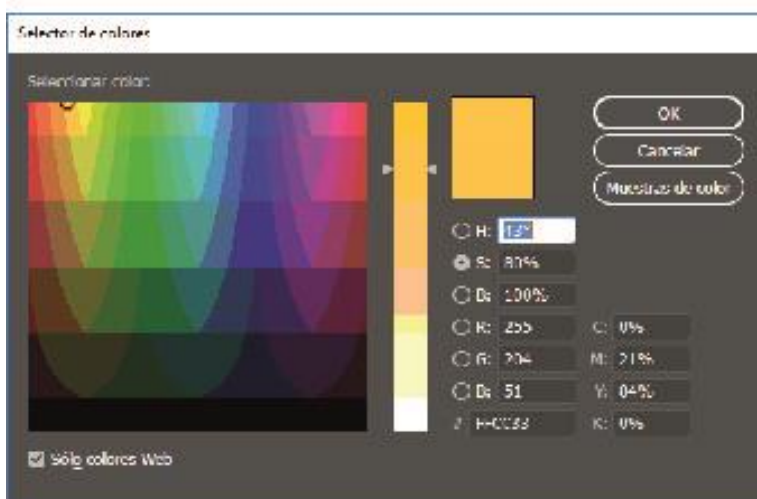
Anexo N°11 Colores principales aplicados como fondo en el folleto



#FF3399



Bondad
Creatividad
Compasión
Dignidad
Espiritual



#FFCC33



Alegría
Armonía
Atracción
Calma
Poder
Sabiduría



#66CC66



Naturaleza
Esperanza
Vida
Salud
Serenidad

Anexo N°12 Colores aplicados en el folleto

Colores de fondo principal

 #E8348B

 #FED732

Colores de personajes - piel

 #E3BC95


 #BB9C87

 #E2C8B5

 #F3D1BB

 #A2816C

 #FED732


 #D2947F

 #D5AD95

 #E8C0A8

 #D8C2AB

Colores de personajes - cabello


 #214767

 #5C463C

 #010101

 #01D1D1B


 #C4953D

 #3D182D

 #E5A354

 #C09644


 #A13F8F


 #7D6354

Colores de personajes - vestimenta

 #E66448

 #FFFFFF


 #48B1D6


 #5B6577

 #4166AE


 #417ABD

 #AE2D88


 #A3195B

 #142E3F


 #DD5F9F

 #010101

 #7FC395

 #4266AE

 #1D71B8


 #93A9D8

 #36A9E1

 #161A49

 #F4991A


Colores de objetos


 #4166AE


 #5CB568

 #DADADA


 #7D6354

 #50575C

 #916191


 #2FAC66

 #35679A

 #93A9D8

 #E61E53

 #006633


 #F4991A

 #010101

 #B2B2B2

 #95C11F

 #F7E938

 #815227

 #D4C7C8

 #CC3617


 #4D4740

 #575756

 #F4E72F

 #967D68


 #7D4E24

 #4266AE

 #787272

 #B48E5D

 #9D9D9C

 #B2B2B2

 #683C11

 #5C463C


 #E6332A

Anexo N° 14 Tipografía aplicado en el diseño del folleto

Forte

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
...,"#\$%&/()=?;

Tipografía de Titulo (lado adverso)
Tamaño en 60 pt.
Tipo de fuente: Forte
Color usado:

 #142E3F

Tipografía en Subtitulos (lado reverso)
Tamaño: 17 pt.
Tipo de fuente: Forte
Colores usados:

 #142E3F  #82368C

GALACTIC VANGUARDIAN NCV
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

...., " " " " " "

Aplicado en los numeros de las imágenes.

Tamaño de fuente: 35 pt.
Color usado: #FFFFFF

ERAS BOLT ITC
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

...,"#\$%&/()=?;

Tipografía en Subtitulo (lado adverso)
Tamaño: 30 pt.
Tipo de fuente: Eras Bold ITC color blanco
color usado:

 #FFFFFF  #1D1D1B

Tamaño de párrafos 12pt.
Tipo de fuente: Eras Bold ITC
Color usado:

 #FFFFFF

Tipografía en parrafos (lado reverso)
Tamaño: 12 pt.
Tipo de fuente: Eras Bold ITC
Colores usados:

 #FFFFFF  #575756

Anexo N° 15 Muestra de bocetos

Dibujos elaborados a mano y posteriormente vectorizados en el Adobe Illustrator CS6.



Anexo N° 16 Muestra del diseño del folleto (Adverso).

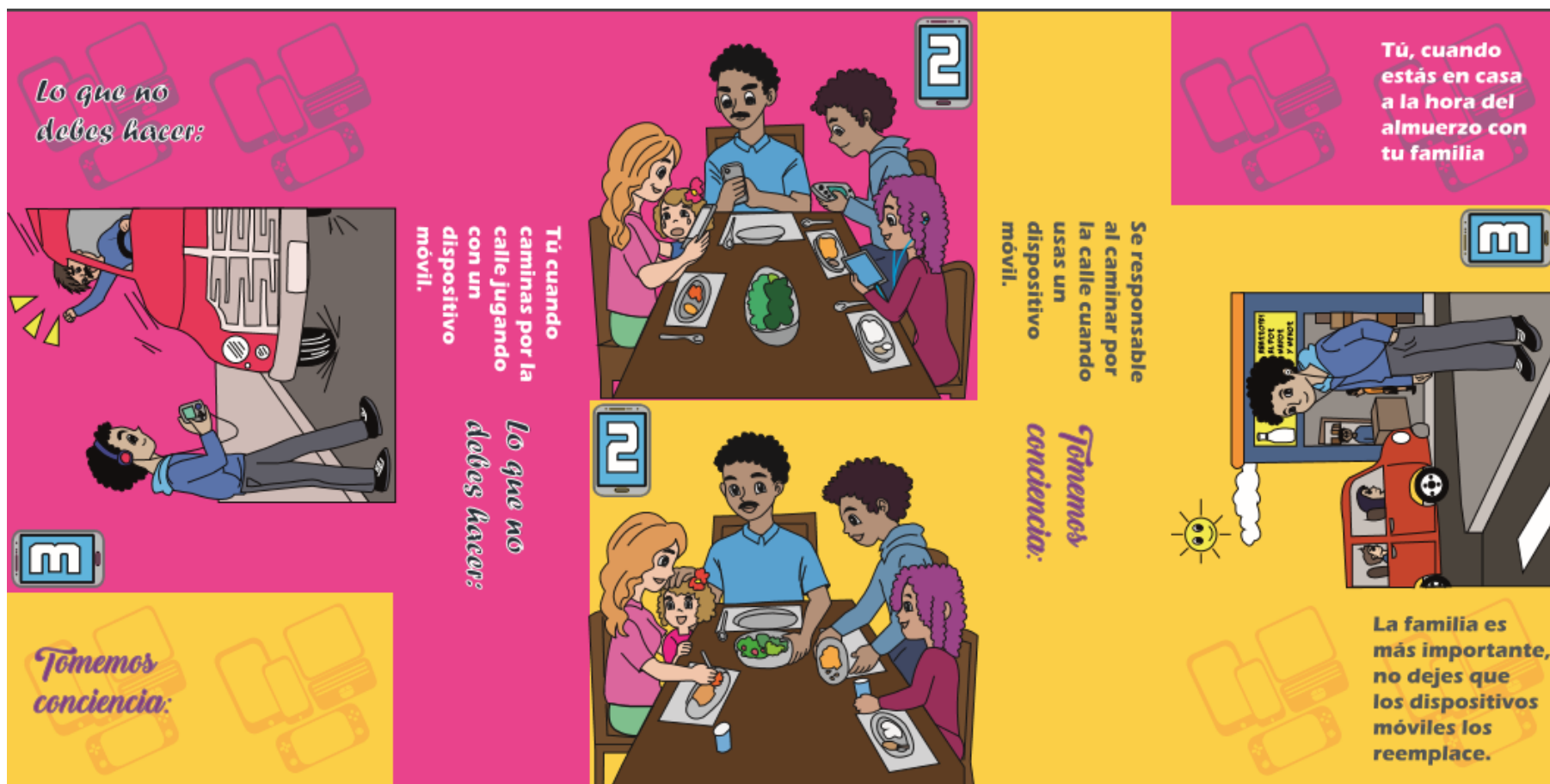
Dimensiones del folleto impreso: lado adverso 28 cm de ancho por 14 cm alto.

Para la impresión del Folleto se utilizó papel Bond A4 de 90 gramos.



Anexo N° 17 Muestra del diseño del folleto (Reverso)

Dimensiones del folleto impreso: lado reverso 28 cm de ancho por 14 cm alto.



Anexo N° 18 Muestra del folleto plegado 1



Anexo N° 19 Muestra del folleto plegado 2



Anexo N° 20 Muestra del folleto plegado 3



Anexo N° 21 Muestra del folleto plegado 4

